



Assemblée générale

Distr. générale
14 avril 2021
Français
Original : anglais

Soixante-seizième session

Points 140 et 141 de la liste préliminaire*

Projet de budget-programme pour 2022

Planification des programmes

Projet de budget-programme pour 2022

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 2022 et exécution du programme en 2020**	4
B. Postes et autres objets de dépense proposés pour 2022***	30
Annexes	
I. Organigramme et répartition des postes pour 2022	50
II. État récapitulatif de la suite donnée aux recommandations formulées par les organes de contrôle	51
III. Récapitulatif, par composante et sous-programme, des changements qu'il est proposé d'apporter aux postes	52

* [A/76/50](#).

** 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.



Avant-propos

En 2022, le Département de la communication globale poursuivra l'action qu'il mène pour motiver le grand public à soutenir les objectifs et les travaux de l'Organisation des Nations Unies, laquelle joue un rôle de premier plan dans les efforts déployés à l'échelle mondiale pour mieux se remettre des effets catastrophiques de la pandémie de coronavirus 2019 (COVID-19).

Afin de contribuer à l'édification d'un monde meilleur reposant sur la solidarité mondiale, le Département continuera de diffuser des contenus sur les thèmes suivants : la science – pour sauver des vies ; la solidarité – pour promouvoir la coopération locale et mondiale ; les solutions – pour encourager la fourniture d'un appui aux populations touchées par la COVID-19, où qu'elles se trouvent, dans une langue et un format qui leur sont accessibles. Comme au cours de l'exercice précédent, il appliquera une approche axée sur le public destinée à mettre les activités de communication au service d'une cause et s'articulant autour de trois grands éléments : l'action à mener, les moyens à mettre en œuvre et l'avenir à dessiner.

Lorsque la pandémie a déferlé sur le monde, le Département a réagi immédiatement en lançant l'initiative « Verified », qui vise à produire et à diffuser un contenu attrayant et scientifique – adapté en fonction des pays et régions – afin de combler les lacunes en matière d'information tout en luttant contre la désinformation virale concernant la COVID-19. Cette initiative a permis non seulement de mobiliser le système des Nations Unies mais également d'appuyer les efforts faits par la communauté mondiale pour reconstruire en mieux après la pandémie.

En communiquant de manière convaincante sur la climatologie et l'action climatique, on veille à ce que la création d'une coalition mondiale visant à réduire à zéro les émissions nettes de gaz à effet de serre d'ici à 2050 demeure un objectif prioritaire. Le Département communique des faits sur l'état désastreux de notre planète tout en proposant des solutions propres à remédier à cette situation. Il se fait le champion des pays, des villes et des dirigeants qui s'attachent à réduire notre empreinte carbone et à offrir à chacun et chacune la possibilité de participer et d'influer sur le cours des choses.

Les objectifs de développement durable ayant encore gagné en pertinence, le Département présentera leur exécution comme la voie à suivre pour une reprise plus verte, plus équitable, plus juste et plus sûre. Il continuera aussi de faire une place de choix à la question de la paix et de la sécurité.

Nombreuses sont les populations locales qui se sont mobilisées de façon exemplaire et les personnes qui se sont distinguées par leurs actes de bienveillance pendant la pandémie. En 2022, le Département continuera, dans ses communications, de promouvoir ces idéaux dans le monde entier, en encourageant une solidarité guidée par la science, les droits humains et la durabilité et motivée par le multilatéralisme.

Le Département continuera à mobiliser et à élargir son audience mondiale en communiquant dans plusieurs langues, le but étant que l'Organisation soit reconnue comme une source d'informations fiables sur les plus grands défis de notre époque. Il se fera le porte-voix du Secrétaire général et des autres hauts responsables de l'Organisation, ainsi que du personnel de première ligne. Son approche consiste non seulement à informer, mais aussi à amener les gens à se sentir concernés et à les motiver à agir.

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

A. Projet de plan-programme pour 2022 et exécution du programme en 2020

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 dans les résolutions et décisions de l'Assemblée générale, notamment la résolution 13 (I), la résolution 73/346 sur le multilinguisme et, plus récemment, les résolutions 75/101 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 2022

- 28.2 Le plan-programme d'ensemble pour 2022 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 le recensement des objectifs de communication et l'identification 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 ; 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, équilibrés et multilingues qui véhiculent des informations faisant autorité et des récits mettant l'accent sur les solutions. Il mène des activités de plaidoyer sur des questions prioritaires avec l'aide d'un large éventail de partenaires, notamment les États Membres, la société civile, les milieux universitaires, les médias et, en particulier, les jeunes, afin d'accroître l'impact 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.
- 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 désinformation 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 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 Les produits et activités prévus pour 2022 tiennent compte des difficultés que les États Membres rencontrent ou rencontreront probablement du fait de la pandémie de coronavirus 2019 (COVID-19). Parmi ces produits et activités, on compte notamment l'organisation de manifestations et d'activités de communication devant se dérouler en présentiel et la production de contenus multimédias connexes. On trouvera des exemples de produits et d'activités prévus dans la partie relative au sous-programme 1 (Services de communication stratégique).
- 28.6 En ce qui concerne la coopération avec d'autres entités aux niveaux mondial, régional, national et local, le Département collabore avec de multiples partenaires, notamment la société civile, les États Membres, les organisations non gouvernementales, les enseignants, les médias et le secteur privé. Il a adopté une 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, notamment 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 s'emploie à 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 a également renforcé 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 a collaboré 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 de communication du Département à l'échelle mondiale.
- 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 2022 :
- 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 En ce qui concerne la pandémie de COVID-19, le projet de plan-programme repose sur l'hypothèse qu'il sera possible de livrer les produits et de mener à bien les activités qui sont proposés pour 2022. Toutefois, si la pandémie devait continuer d'entraver l'exécution des produits et des activités prévus, il faudrait procéder à des aménagements en 2022, sans pour autant perdre de vue les objectifs d'ensemble, les stratégies et les mandats. Il sera alors fait part de ces aménagements au moment où il sera rendu compte de l'exécution du programme.
- 28.10 Le Département prend en compte les questions de genre dans ses activités opérationnelles, ses produits et ses résultats, selon qu'il convient. Il a fait des questions de genre une priorité essentielle dans ses orientations stratégiques en matière de communication, et veille désormais systématiquement à la prise en compte concrète de ces questions dans ses activités. Il s'attache à assurer une présence équilibrée des femmes et des hommes dans l'ensemble de ses produits, campagnes, événements et activités, et à dresser un portrait multidimensionnel de chacune des personnes qu'il met en lumière. Il combat les stéréotypes de genre et la discrimination à l'égard des femmes en offrant un large éventail de 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.

- 28.11 Dans le cadre de la Stratégie des Nations Unies pour l'inclusion du handicap, le Département a chargé des points focaux de l'aider à mettre au point une approche commune et coordonnée de la mise en œuvre des mandats pertinents de l'Assemblée générale et de rendre les services et les activités de l'Organisation accessibles aux personnes handicapées. Les points focaux concourent 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, en créant un site Web spécialisé et en offrant un appui en matière de communication interne via iSeek, l'intranet de l'Organisation.

Exécution du programme en 2020

Conséquences de la COVID-19 sur l'exécution du sous-programme

- 28.12 En 2020, la pandémie a entravé l'exécution des produits et des activités prévus pour le Département. Elle a notamment entraîné l'annulation de manifestations et d'activités de communication qui devaient se dérouler en présentiel. L'annulation de produits et d'activités prévus a également eu une incidence sur les résultats escomptés pour 2020, comme décrit dans les parties relatives à l'exécution des sous-programmes 2 et 3.
- 28.13 Pour aider les États Membres à faire face aux problèmes liés à la pandémie, on a apporté des aménagements à certains produits et activités, qui concourent aux objectifs des sous-programmes. Le Département a rapidement commencé à exécuter la nouvelle stratégie de communication globale de l'Organisation, en privilégiant les communications touchant à la COVID-19 aux échelons mondial et national. Il a réorienté l'ensemble de ses communications pour les centrer sur la pandémie, en lançant la campagne de communication de l'ONU liée à la COVID-19, en particulier l'initiative « Verified » visant à lutter contre la désinformation, et en jouant un rôle de premier plan dans les efforts de communication de crise du système des Nations Unies, en collaboration avec l'Organisation mondiale de la Santé (OMS). Les communications sur les autres grandes questions dont s'occupe l'ONU, telles que les objectifs de développement durable et les changements climatiques, ont été remaniées de façon à aborder ces questions sous l'angle de la pandémie. On trouvera des exemples d'activités modifiées dans les parties relatives à tous les sous-programmes. Les produits et activités modifiés ont contribué aux résultats, comme décrit dans la partie relative à l'exécution du sous-programme 1.
- 28.14 Grâce aux technologies numériques, le Département a pu passer immédiatement au télétravail et diffuser sur ses diverses plateformes multimédias, à l'intention de différents publics cibles, du contenu concernant la COVID-19 dans les six langues officielles de l'Organisation ainsi qu'en hindi, en kiswahili et en portugais. Il a continué de concevoir, de produire, de coordonner et de promouvoir le contenu de l'ONU et les initiatives des États Membres concernant les plans de riposte à la COVID-19 et de relèvement par l'intermédiaire de ses partenaires de distribution, y compris ses nouveaux partenaires, élargissant ainsi son champ d'action au niveau mondial, et à l'aide du réseau des centres d'information des Nations Unies et des bureaux des coordonnateurs résidents. Il a continué de couvrir toutes les réunions intergouvernementales publiques et de contribuer aux points de presse.
- 28.15 Le Département a également réorienté ses activités de sensibilisation et d'éducation, notamment celles destinées aux jeunes et à la société civile, en les adaptant pour qu'elles se prêtent à une participation virtuelle.
- 28.16 Sachant qu'il faut privilégier l'amélioration continue et répondre à l'évolution des besoins des États Membres, le Département tirera parti de manière systématique des enseignements et des meilleures pratiques concernant les aménagements apportés au programme en raison de la pandémie. Il a notamment retenu que le fait de mener toutes les activités de sensibilisation sous forme virtuelle présentait des avantages aussi bien que des inconvénients, comme décrit dans les parties relatives à l'exécution des sous-programmes. Les plateformes virtuelles ont mis ces activités à la portée de personnes qui n'auraient pas pu y prendre part en personne. Le Département continuera à y recourir pour exécuter ses activités de sensibilisation en 2021 et au-delà. En outre, le réseau des bibliothèques

des centres d'information des Nations Unies interagit avec un public plus large en recourant davantage aux outils numériques et moins aux visites en personne.

Textes des organes délibérants définissant les mandats

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

Résolutions de l'Assemblée générale

13 (I)	Organisation du Secrétariat	74/128	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
168 (II)	Journée des Nations Unies		
423 (V)	Journée des droits de l'homme		
32/40 B	Question de Palestine		
35/201	Programme de stages de journalisme Reham Al-Farra	75/23	Programme d'information spécial sur la question de Palestine du Département de la communication globale du Secrétariat
36/67	Année internationale de la paix et Journée internationale de la paix		
54/134	Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes	75/25	Suite donnée à la Déclaration et au Programme d'action en faveur d'une culture de paix
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	75/80	Programme d'information des Nations Unies sur le désarmement
57/129	Journée internationale des Casques bleus des Nations Unies	75/101 A	Questions relatives à l'information : l'information au service de l'humanité
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	75/101 B	Questions relatives à l'information : politiques et activités de l'Organisation des Nations Unies en matière de communication globale
62/122	Mémorial permanent et commémoration des victimes de l'esclavage et de la traite transatlantique des esclaves	75/121	Diffusion d'informations sur la décolonisation
64/13	Journée internationale Nelson Mandela	75/237	Appel mondial pour une action concrète en vue de l'élimination 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

Produits

28.18 On trouvera dans le tableau 28.1 les produits de portée générale retenus pour la période 2020-2022, classés par catégorie et sous-catégorie.

Tableau 28.1

Produits de portée générale retenus pour la période 2020-2022, par catégorie et sous-catégorie

Catégorie et sous-catégorie	Produits prévus : 2020	Produits livrés : 2020	Produits prévus : 2021	Produits prévus : 2022
A. Facilitation des travaux des organes intergouvernementaux et des organes d'experts				
Services fonctionnels pour les réunions (nombre de réunions de trois heures)	3	3	3	3
1. Séances du Comité consultatif pour les questions administratives et budgétaires	1	1	1	1

<i>Catégorie et sous-catégorie</i>	<i>Produits prévus : 2020</i>	<i>Produits livrés : 2020</i>	<i>Produits prévus : 2021</i>	<i>Produits prévus : 2022</i>
2. Séances du Comité du programme et de la coordination	1	1	1	1
3. Séances de la Cinquième Commission	1	1	1	1

Activités d'évaluation

- 28.19 L'évaluation des activités de communication menées en faveur de la lutte contre les changements climatiques, qu'il était prévu d'effectuer en 2020, a dû être reportée en raison de problèmes de liquidités et de la réaffectation des ressources effectuée au profit des communications sur la COVID-19.
- 28.20 Il est prévu de procéder en 2022 à une auto-évaluation de la mise en œuvre du multilinguisme au sein du Département de la communication globale.

Programme de travail

Sous-programme 1

Services de communication stratégique

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

Stratégie

- 28.22 Pour contribuer à la réalisation de l'objectif, le sous-programme mènera des campagnes de communication stratégique visant à faire connaître les priorités de l'Organisation, notamment le développement, la paix et la sécurité et les droits humains. Ces campagnes seront menées dans le cadre de la stratégie de communication globale de l'Organisation et mises en œuvre 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 donner un coup de projecteur sur 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.
- 28.23 Le sous-programme passera également par les centres d'information des Nations Unies pour promouvoir les priorités de l'ONU en matière de communication stratégique et désignera des centres principaux qui guideront et aideront les autres centres et les bureaux des coordonnateurs résidents qui se trouvent dans la même région. En mettant en commun leurs compétences et leurs ressources pour élaborer des contenus multimédias à l'appui de messages et de campagnes de communication ciblés et localisés, les centres donneront plus de résonance à ces messages et campagnes au niveau national et renforceront l'appui apporté aux bureaux des coordonnateurs résidents et aux équipes de pays des Nations Unies, dans le droit fil de la réforme du système des Nations Unies pour le développement.
- 28.24 Dans le cadre du sous-programme, il est prévu de 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, inclusive, durable, sûre et saine.

- 28.25 Le travail qui sera ainsi effectué devrait avoir le résultat suivant :
- a) une meilleure connaissance et une participation accrue des populations cibles dans le monde entier et de nouvelles initiatives à l'appui des priorités des Nations Unies ;
 - b) des campagnes de communication de portée mondiale, disponibles dans les langues et sur les plateformes utilisées par les publics cibles de sorte à mieux les toucher.
- 28.26 Les activités d'information concernant les problèmes liés à la COVID-19 devraient contribuer à renforcer les communications en faveur d'un relèvement durable, y compris celles relatives à la lutte contre les changements climatiques.

Exécution du programme en 2020

- 28.27 On trouvera dans cette partie relative à l'exécution du programme en 2020 des informations sur un résultat qui a dû être ajouté en 2020 et sur les résultats 1 et 2.

Lutte contre la désinformation au moyen de la campagne de communication de l'ONU liée à la COVID-19, en particulier l'initiative « Verified »

- 28.28 En 2020, parallèlement à la pandémie de COVID-19, le monde a fait face à une « infodémie » de désinformation au sujet du coronavirus. En réponse, le sous-programme a communiqué auprès des populations du monde entier au moyen de la campagne de communication de l'ONU liée à la COVID-19, qui s'inscrit dans le thème « Ensemble pour la science, les solutions et la solidarité » et vise à suivre les tendances locales et régionales en matière de désinformation et à lutter contre les déclarations mensongères en leur opposant des informations factuelles et scientifiques dans le cadre de l'initiative « Verified », créée pour guider le discours et mobiliser les énergies.
- 28.29 Dans le cadre du sous-programme, les centres d'information ont partagé et diffusé les contenus de l'initiative « Verified », qu'ils ont traduit en plusieurs langues. Ils ont également créé des messages, des GIF et des vidéos multilingues spécialement adaptés à la région ou au pays ciblé et mettant en scène des personnalités locales influentes et travaillé avec des partenaires locaux pour maximiser la portée de la campagne. Ils ont diffusé des messages d'intérêt public sur les fausses informations, la bonne utilisation des masques et d'autres conseils de santé liés à la COVID-19 dans plusieurs langues. Les groupes locaux de la communication et les équipes de pays des Nations Unies ont également partagé les contenus de l'initiative « Verified » sur leurs plateformes de médias sociaux. Des messages ont aussi été diffusés dans des espaces publics tels que les stations de métro et pendant des événements tels que des matchs de football. En six mois, le nombre de volontaires participant à la campagne a dépassé les 110 000.

Progrès accomplis dans la réalisation de l'objectif et mesure des résultats

- 28.30 Le travail effectué a contribué à la réalisation de l'objectif, comme le montre le fait que 25 millions de personnes ont été directement touchées par la campagne « Verified » via des applications mobiles et des SMS et que les vidéos de la campagne ont été visionnées 660 millions de fois (voir le tableau 28.2). Il s'agit là d'un exemple phare des initiatives menées dans le cadre du sous-programme pour réaliser les objectifs de la stratégie de communication globale des Nations Unies, qui consistent à guider le discours, à inciter le public à s'intéresser à autrui et à mobiliser les énergies. La campagne a également mis en évidence le rôle important que les centres d'information du Département jouent dans la mise en œuvre de la stratégie.

Tableau 28.2
Mesure des résultats

2018 (résultat effectif)	2019 (résultat effectif)	2020 (résultat effectif)
–	–	25 millions de personnes directement touchées par la campagne « Verified » via des applications mobiles ou des SMS ; vidéos de la campagne visionnées 660 millions de fois

Conséquences de la COVID-19 sur l'exécution du sous-programme

- 28.31 En 2020, en raison de la COVID-19, le sous-programme a annulé plusieurs manifestations et activités de sensibilisation qui devaient avoir lieu en présentiel et les a organisées en ligne lorsque cela était possible. Parmi les manifestations qui se sont tenues intégralement en ligne, on peut citer l'Espace médias Objectifs de développement durable organisé pendant la soixante-quinzième session de l'Assemblée générale, le programme de formation annuel mené à l'attention des journalistes palestiniens et le programme de formation destiné au personnel des opérations de paix sur la communication relative à la question de l'exploitation et des atteintes sexuelles. Compte tenu de la pandémie, les centres d'information des Nations Unies n'ont pu organiser que 33 conférences Simul'ONU, contre 123 en 2019.
- 28.32 Pour aider les États Membres à faire face aux problèmes liés à la pandémie, on a retenu de nouvelles activités, qui concourent aux objectifs du sous-programme. Depuis le début de la pandémie, le Département coordonne l'action de communication du système des Nations Unies par l'intermédiaire de l'Équipe de crise du Groupe de la communication des Nations Unies, qu'il copréside avec l'OMS. Il envoie quotidiennement un courriel sur l'action de communication menée face à la COVID-19 à l'échelle du système, diffuse régulièrement un document sur les messages clés à véhiculer et communique sur les activités planifiées. Cela a aidé le système des Nations Unies à harmoniser ses messages relatifs à la pandémie et à coordonner ses activités de communication afin d'en maximiser l'efficacité. Les informations actualisées et les notes d'information sont également diffusées sur le terrain par l'intermédiaire du réseau de centres d'information des Nations Unies et des bureaux des coordinateurs résidents. Si la communication au niveau des pays a été coordonnée par les groupes des Nations Unies chargés de la communication, les centres d'information ont également joué un rôle essentiel puisqu'ils ont présidé pendant l'année plus de 400 réunions des groupes de la communication, élaboré des stratégies de communication de crise face à la COVID-19, assuré un suivi quotidien des médias et établi des rapports de situation. Dans le cadre de la riposte à la pandémie, les centres ont travaillé en étroite collaboration avec les bureaux des coordinateurs résidents, l'OMS et d'autres organismes au sein des équipes de pays des Nations Unies afin d'organiser une série d'activités et de créer des produits visant à mobiliser le public au moyen de plusieurs plateformes de communication, notamment les médias sociaux et les médias traditionnels, ce qui a permis de diffuser des messages coordonnés et adaptés au niveau local qui ont facilité les efforts déployés par l'ONU pour répondre aux besoins des pays. Le Département a en outre créé un site Web rassemblant toutes les informations importantes sur la COVID-19 communiquées par les entités des Nations Unies. Avec l'OMS, il est chargé de conseiller les hauts responsables de l'équipe de gestion des crises des Nations Unies sur les questions de communication. Il a planifié et appuyé les activités de communication menées autour du lancement des notes de synthèse du Secrétaire général sur la COVID-19 et veillé à ce que ces dernières soient diffusées auprès des partenaires et des publics clés. Il a en outre lancé une campagne de communication pour promouvoir l'appel du Secrétaire général à un cessez-le-feu mondial, lequel permettrait de se focaliser sur la lutte contre la COVID-19. Les nouveaux produits ont contribué aux résultats en 2020, comme indiqué pour le nouveau résultat dont il est question plus haut.

Résultats escomptés pour 2022

28.33 Les résultats escomptés pour 2022 comprennent les résultats 1 et 2, qui s’inscrivent dans le prolongement de ceux qui étaient présentés dans les projets de plan antérieurs concernant le programme et pour lesquels il est rendu compte de ce qui a été fait en 2020 et de ce qu’il est envisagé de faire en 2022. Le résultat 3 est nouveau.

Résultat 1 : passer d’une meilleure compréhension de l’action de l’ONU à une participation accrue à ses campagnes¹

Exécution du programme en 2020

28.34 Le sous-programme a continué d’élaborer des supports d’information sur les objectifs de développement durable et de les diffuser sur ses diverses plateformes numériques en vue de mobiliser le public. La production accrue de contenus multimédias et les collaborations avec des macro-influenceurs et micro-influenceurs ont permis d’augmenter de 26 % le nombre d’abonnés aux comptes de médias sociaux (Twitter et Facebook) de GlobalGoalsUN, qui est passé de 647 000 en 2019 à 815 000 en 2020. Le sous-programme a également mis à jour le site Internet consacré aux objectifs de développement durable (<http://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/>) en l’enrichissant de contenus visuels et d’informations actualisées sur les liens entre la COVID-19 et les objectifs.

28.35 Le travail susmentionné a aidé à attirer 25 millions de visiteurs sur le site Web consacré aux objectifs de développement durable, ce qui a permis de faire mieux que la cible fixée, à savoir 17,6 millions de visiteurs, dont il est question dans le projet de budget-programme pour 2020.

Projet de plan-programme pour 2022

28.36 Dans le cadre du sous-programme et conformément au mandat fixé, on poursuivra les activités relatives au résultat escompté. Pour continuer de se rapprocher de l’objectif, on poursuivra la refonte du site Web consacré aux objectifs de développement durable de façon à le rendre plus convivial et on le migrera vers la plateforme Drupal aux fins d’une meilleure intégration entre les sites Web du domaine un.org. Les progrès escomptés sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir le tableau 28.3).

Tableau 28.3
Mesure des résultats^a

2018 (résultat effectif)	2019 (résultat effectif)	2020 (résultat effectif)	2021 (résultat escompté) ^b	2022 (résultat escompté)
15,5 millions de visiteurs sur le site Web consacré aux objectifs de développement durable	16,8 millions de visiteurs sur le site Web consacré aux objectifs de développement durable	25 millions de visiteurs sur le site Web consacré aux objectifs de développement durable	18,5 millions de visiteurs sur le site Web consacré aux objectifs de développement durable	30 millions de visiteurs sur le site Web consacré aux objectifs de développement durable

^a La mesure des résultats relative à la participation au Pacte des médias en faveur des objectifs de développement durable est présentée à la figure 28.I.

^b Pour que l’on sache où en est l’exécution des plans-programmes initiaux, on a repris ici la cible définie pour 2021 dans le budget-programme de 2021 et retenu les estimations les plus fiables dont on disposait avant le début de la pandémie. Il sera rendu compte de l’exécution du programme pour 2021 dans le projet de budget-programme pour 2023.

¹ Voir le projet de budget-programme pour 2020 [A/74/6 (Sect. 28)].

Résultat 2 : mobilisation des médias en vue de la mise en œuvre des objectifs de développement durable²**Exécution du programme en 2020**

- 28.37 Dans le cadre du sous-programme, le Siège et les centres d'information des Nations Unies mènent des activités de sensibilisation qui permettent d'accroître toujours plus le nombre de participants au Pacte des médias en faveur des objectifs de développement durable. Le communiqué de presse dans lequel il avait été annoncé que le Pacte avait passé le cap de 100 signataires a motivé de nouveaux membres à le rejoindre, et les médias ont continué à utiliser les dossiers mensuels sur les objectifs de développement durable fournis par le sous-programme. Les réunions d'information exclusives organisées pour les membres du Pacte, comme celles tenues par la Secrétaire générale adjointe à la communication mondiale et par un réalisateur de films et défenseur des objectifs de développement durable, ont contribué à faire en sorte que les campagnes clés menées au cours de l'année bénéficient d'une couverture médiatique. La planification de la session de l'Assemblée générale, la production de contenus multimédias et l'action coordonnée menée auprès des partenaires ont produit de bons résultats. Le Département a collaboré avec des médias dans le cadre de l'Espace médias Objectifs de développement durable qui a été organisé pendant l'Assemblée générale et qui a touché un nombre inédit de personnes, avec 165 000 vues de vidéos et une audience potentielle de 300 millions de foyers.
- 28.38 Le travail susmentionné a contribué à porter à 130 le nombre de signataires du Pacte des médias en faveur des objectifs de développement durable, ce qui a permis de faire mieux que la cible fixée, à savoir 110, dont il est question dans le budget-programme pour 2021. Parmi les nouveaux médias qui ont rejoint le Pacte en 2020 et qui se sont donc engagés à agir en faveur des objectifs de développement durable, on peut citer Al-Jazeera English (États-Unis d'Amérique), le Standard Group (Kenya), Afrique Nouvelle Radio (Cameroun), le Nigerian Observer (Nigéria), Morocco World News (Maroc), Youm7 (Égypte), Scoop (Nouvelle-Zélande), Television Osaka (Japon), le Shanghai Media Group (Chine), ANSA (Italie) et Sistema Sagres (Brésil).

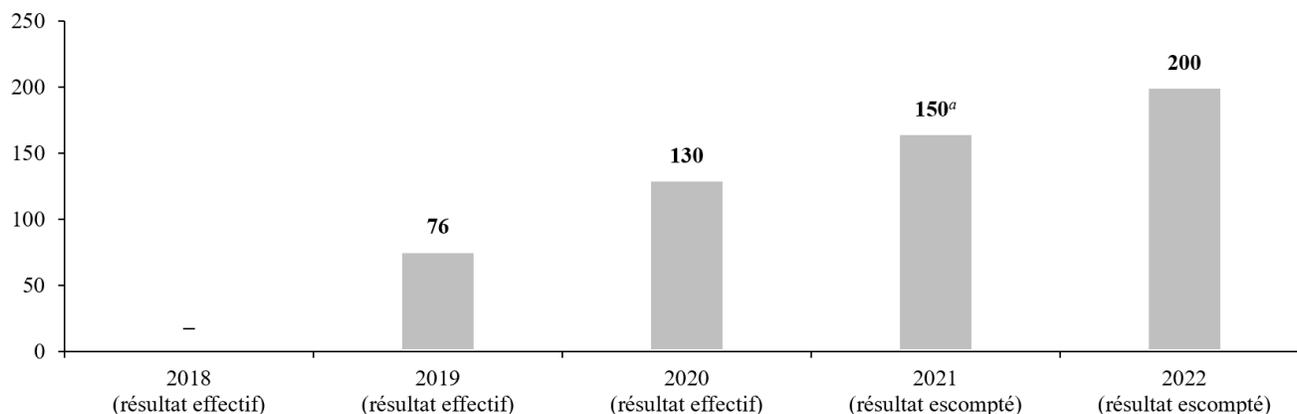
Projet de plan-programme pour 2022

- 28.39 Dans le cadre du sous-programme et conformément au mandat fixé, on poursuivra les activités relatives au résultat escompté. Pour continuer à se rapprocher de l'objectif, on renforcera les capacités de sensibilisation et de coordination du sous-programme et on continuera d'encourager les centres d'information des Nations Unies à mobiliser les médias locaux, nationaux et régionaux attachés à la réalisation des objectifs de développement durable. Les progrès escomptés sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.I).

² Voir le projet de budget-programme pour 2021 ([A/75/6/Add.1](#)).

Figure 28.I

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



^a Pour que l'on sache où en est l'exécution des plans-programmes initiaux, on a repris ici la cible définie pour 2021 dans le budget-programme de 2021 et retenu les estimations les plus fiables dont on disposait avant le début de la pandémie. Il sera rendu compte de l'exécution du programme pour 2021 dans le projet de budget-programme pour 2023.

Résultat 3 : renforcement de la lutte contre les changements climatiques

Projet de plan-programme pour 2022

28.40 Les communications des Nations Unies sur l'action climatique visent à promouvoir les discours fondés sur des données scientifiques, mettre en lumière les solutions, encourager l'élaboration de plans nationaux plus ambitieux et motiver tout le monde à agir. Pour atteindre ces objectifs, le sous-programme a lancé, en septembre 2020, une nouvelle version du site Web consacré au climat (www.un.org/fr/climatechange) dans les six langues officielles. En tant que pôle d'information destiné à un large public, celui-ci propose du contenu numérique facilement assimilable, illustré par des images et des graphiques. Le site Web a été consulté plus de 55 000 fois pendant la seule semaine de haut niveau de la soixante-quatrième session de l'Assemblée générale et 1,25 million de fois au total durant l'ensemble de l'année 2020 (version précédente du site Web incluse). Sur les médias sociaux, le mot-dièse « Climate action » (#ClimateAction) a été utilisé dans 388 000 messages qui ont fait l'objet de près de 35 millions d'interactions (mentions « J'aime », partages et commentaires) au cours de l'année 2020. Ces chiffres devraient continuer à augmenter d'ici à la vingt-sixième Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, qui se tiendra en novembre 2021, et au-delà. Le nombre de participants à la campagne Agissons a connu une hausse importante comme suite à la mise en service d'une application mobile en septembre 2020, 15 000 nouveaux utilisateurs et 120 000 actions ayant été enregistrés au cours du premier mois. Dans cette application, les utilisateurs sont invités à adopter un ensemble d'habitudes durables et à les suivre afin d'évaluer dans quelle mesure elles permettent de réduire les émissions de dioxyde de carbone et d'économiser de l'eau et de l'électricité. Parmi les habitudes durables encouragées par la campagne figurent dix actions simples (privilégier la marche ou le vélo à la voiture, éteindre les lumières en quittant une pièce, prendre des douches plus courtes, utiliser une bouteille d'eau réutilisable et acheter des produits locaux, etc.) que les utilisateurs peuvent suivre et enregistrer afin de renforcer leur engagement en faveur d'un mode de vie plus durable. En novembre, la campagne a franchi le cap du million d'actions individuelles enregistrées sur son site Web ou dans son application. En outre, une version pour enfants de la campagne, intitulée « Climate Action Superheroes » (Les Super-héros de l'action climatique), a été lancée en novembre afin de toucher aussi les enfants de moins de 12 ans et leurs parents. L'action de promotion du Département a suscité beaucoup d'intérêt pour des rapports importants dans lesquels le Programme des Nations Unies pour l'environnement et l'Organisation météorologique mondiale démontraient par des arguments scientifiques combien il était urgent d'agir en faveur de l'environnement. Le Département a produit

des contenus destinés au Web et aux médias sociaux, notamment des cartes de citation, des cartes d'annonces et des GIF, dans le cadre du Sommet pour l'ambition climatique, qui s'est tenu le 12 décembre au moyen d'une plateforme virtuelle.

Enseignements tirés et changements prévus

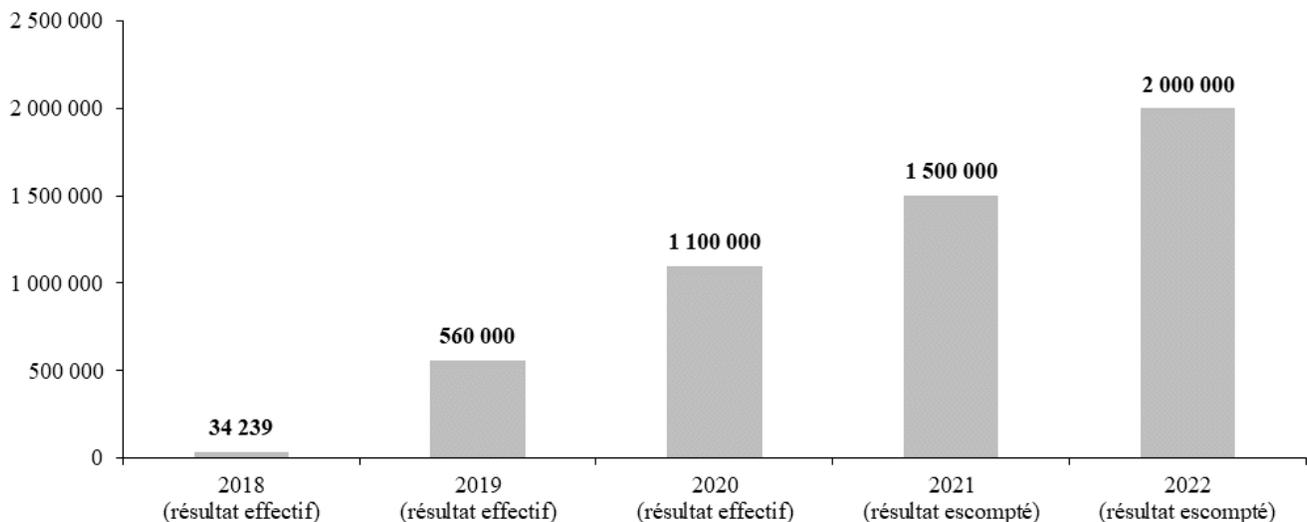
- 28.41 Les enseignements tirés sont les suivants : l'utilisation de supports multimédias et de contenus simples, axés sur des questions précises, peut favoriser les échanges sur les médias sociaux et attirer des visiteurs sur le site Web consacré au climat. En menant des activités de sensibilisation et en produisant des contenus, les centres d'information des Nations Unies peuvent contribuer à augmenter le trafic, en particulier vers les différentes versions linguistiques du site Web, et aider à créer du contenu dans d'autres langues. La promotion de la campagne Agissons par des personnes influentes, telles que l'ambassadeur de bonne volonté du PNUE, a grandement contribué à accroître la participation du public à la campagne. Compte tenu de ces enseignements, dans le cadre du sous-programme, on publiera davantage d'infographies, de GIF et de courtes vidéos, ainsi que des entretiens, des brefs récits et des quiz, le but étant d'informer et de mobiliser le public sur diverses plateformes et dans plusieurs langues. Le sous-programme renforcera également la collaboration qu'il entretient avec les centres d'information des Nations Unies dans le cadre des campagnes nationales et régionales sur le climat en vue d'accroître la mobilisation des parties prenantes dans le monde entier. Dans l'année à venir, davantage d'activités de promotion seront menées par des personnes influentes, et la campagne Agissons s'associera à Count Us In, la campagne d'action citoyenne des championnes et champions de haut niveau pour l'action climatique de la vingt-sixième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques.

Progrès escomptés en ce qui concerne la réalisation de l'objectif et mesure des résultats

- 28.42 Le travail effectué devrait contribuer à la réalisation de l'objectif, comme le montrera la hausse du nombre d'actions prises pour le climat enregistrées sur le site Web et dans l'application mobile de la campagne Agissons (voir la figure 28.II). Si le taux de fréquentation du site consacré au climat continue de croître de près de 5 %, le nombre de pages vues devrait atteindre 1,31 million en 2021 et 1,37 million en 2022. Le nombre d'actions prises en faveur du climat dans le cadre de la campagne Agissons devrait s'élever à près de 1,5 million d'ici à la fin de 2021 et à 2 millions d'ici à la fin de 2022.

Figure 28.II

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



Produits

- 28.43 On trouvera dans le tableau 28.4 les produits retenus pour la période 2020-2022, classés par catégorie et sous-catégorie, qui ont contribué et devraient continuer de contribuer à la réalisation de l'objectif énoncé ci-dessus.

Tableau 28.4

Sous-programme 1 : produits retenus pour la période 2020-2022, par catégorie et sous-catégorie

Catégorie et sous-catégorie	Produits prévus : 2020	Produits livrés : 2020	Produits prévus : 2021	Produits prévus : 2022
A. Facilitation des travaux des organes intergouvernementaux et des organes d'experts				
Documentation destinée aux organes délibérants (nombre de documents)	1	1	1	1
1. Rapport à l'Assemblée générale sur la diffusion d'informations sur la décolonisation	1	1	1	1
B. Création et transfert de connaissances				
Séminaires, ateliers et activités de formation (nombre de jours)	26	26	26	26
2. Programme de formation à l'intention des services de radiodiffusion et des journalistes palestiniens	24	24	24	24
3. Séminaire international des médias sur la paix au Moyen-Orient	2	2	2	2
D. Activités de communication				
Programmes d'information, manifestations spéciales et supports d'information : 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, des expositions et 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.				
Relations extérieures et relations avec les médias : 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.				
Plateformes numériques et contenus multimédias : 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

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

Stratégie

- 28.45 Pour contribuer à la réalisation de l'objectif, le sous-programme fournira promptement aux médias et à d'autres utilisateurs des nouvelles et d'autres produits (documents écrits, audiovisuels et photographiques) et services d'information fiables, objectifs et, si possible, adaptés à chaque destinataire, en utilisant notamment les systèmes de diffusion sur Internet et mobiles les plus récents, l'accent étant mis sur le multilinguisme dès le stade de la planification.

- 28.46 Le travail qui sera ainsi effectué devrait avoir le résultat suivant :
- 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 2020

- 28.47 On trouvera dans cette partie relative à l'exécution du programme en 2020 des informations sur un résultat qui a dû être ajouté en 2020 et sur les résultats 1 et 2.

Accès à des informations fiables et à des récits inspirants sur l'action de l'ONU face à la COVID-19

- 28.48 Dès le début de la pandémie mondiale de COVID-19, le sous-programme a permis d'assurer la continuité des opérations essentielles grâce au site Web mondial et multilingue ONU Info, sur lequel ont été diffusées publiquement des informations fiables sur les activités menées par l'ONU pour sauver des vies, protéger les sociétés et reconstruire en mieux, y compris des récits éloquentes et axés sur les solutions au sujet des expériences et des initiatives à l'avant-garde de la lutte contre la COVID-19. ONU Info a opéré une transition sans heurts en couvrant à distance les activités menées par l'Organisation au niveau mondial, en veillant à prévenir toute perturbation sur les sites Web destinés au grand public et en publiant des articles percutants ainsi que des contenus audio et vidéo dans neuf langues sur différentes priorités de l'ONU ainsi que sur les travaux de ses principaux organes. Les équipes se sont également employées à appliquer les principes énoncés dans la nouvelle stratégie de communication globale des Nations Unies dans le cadre de l'élaboration de récits numériques. L'accent mis sur le journalisme « de solutions » et la création de contenus orientés vers le public ont donné lieu à une augmentation du nombre d'abonnés et de l'intérêt manifesté par les visiteurs au cours de la période.
- 28.49 Le sous-programme a également réagi rapidement face à la pandémie. Début février 2020, ONU Info a créé à l'intention du grand public une page de référence sur la COVID-19, sur laquelle sont publiés quotidiennement des articles d'information dans neuf langues. En outre, un lien bien visible vers le portail consacré à la COVID-19 a été ajouté dans l'application UN News Reader.
- 28.50 Dans le cadre du sous-programme, on a réalisé des articles sur les activités menées par l'ONU dans les pays, présenté des histoires poignantes sur les professionnels de santé du monde entier qui luttent contre la COVID-19 et relayé des témoignages personnels illustrant les efforts déployés au niveau régional, tels que ceux des artistes africains qui combattent l'infodémie croissante de désinformation au sujet de la crise en utilisant des moyens traditionnels de partage de l'information, notamment les stations de radio communautaires. On a ainsi entretenu l'intérêt du public pour les sujets d'actualité brûlants que sont la COVID-19 et les changements climatiques.

Progrès accomplis dans la réalisation de l'objectif et mesure des résultats

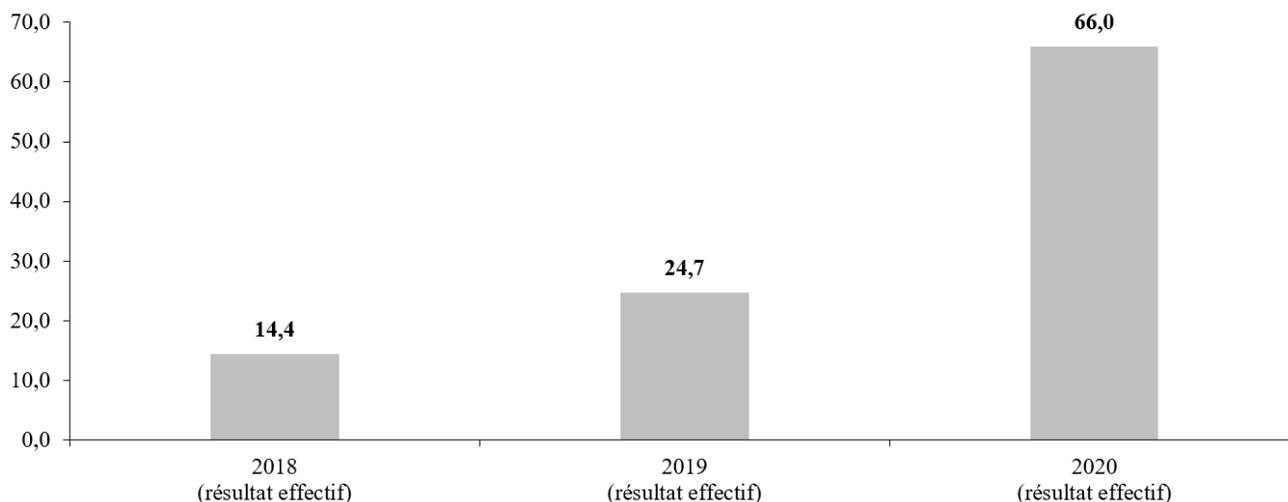
- 28.51 Le travail effectué a contribué à la réalisation de l'objectif, comme le montre le fait que plus de 66 millions de pages ont été consultées sur l'ensemble des sites multilingues d'ONU Info en 2020 (voir la figure 28.III). Le nombre de visiteurs a quadruplé entre 2019 et 2020, passant de 10,6 millions à 37 millions. En outre, sur le média social chinois Weibo, la page ONU Info comptait plus de 126 millions d'abonnés pendant les cinq premiers mois de 2020, soit près de quatre fois plus qu'en 2019. Au cours de ces mêmes mois, le nombre de pages vues sur la version arabe d'ONU Info, considérée par la région comme une source d'informations fiables, a bondi de 600 %. La croissance en mars était sans précédent, avec une augmentation de 1 000 % du nombre de pages vues et de 1 772 % du nombre d'utilisateurs. La version espagnole d'ONU Info a enregistré des chiffres records, le nombre de pages vues ayant augmenté de plus de 500 % entre février et juin. En octobre,

elle comptabilisait 23 millions de pages vues, soit l'équivalent du total pour toutes les langues en 2019.

Figure 28.III

Mesure des résultats : nombre de pages vues sur l'ensemble des sites Web multilingues d'ONU Info (résultat cumulé)

(En millions)



Conséquences de la COVID-19 sur l'exécution du sous-programme

- 28.52 Pour aider les États Membres à faire face aux problèmes liés à la pandémie, on a retenu de nouvelles activités, qui concourent aux objectifs du sous-programme. On a mis au point et lancé en l'espace de seulement quatre jours un nouveau portail Web destiné au grand public, aux États Membres et au personnel des Nations Unies pour leur fournir des renseignements et des informations à jour sur la pandémie de COVID-19 ainsi que des conseils pour y faire face. Ce site est disponible dans les six langues officielles de l'ONU. Depuis son lancement, il enregistre en moyenne plus de 485 000 utilisateurs et plus de 750 000 pages vues par mois.
- 28.53 Dans le cadre du sous-programme, on a rapidement collaboré avec les entités des Nations Unies, notamment les centres d'information, les bureaux des coordinateurs résidents, les organismes, les fonds et les programmes, pour créer des reportages multimédias dynamiques sur la COVID-19, dans différentes langues et régions, à partir d'images filmées sur le terrain. On a travaillé à distance pour couvrir tous les travaux menés par les organes intergouvernementaux et collaboré étroitement avec le Département de l'Assemblée générale et de la gestion des conférences et avec les États Membres pour recueillir leurs déclarations. On s'est assuré que les communiqués de presse en anglais et en français résumant les débats étaient publiés en temps voulu et ne comportaient pas d'erreurs.
- 28.54 Le Groupe de la diffusion sur le Web a amélioré la retransmission en direct ou à la demande des réunions et manifestations organisées par l'ONU et élargi leur diffusion à d'autres plateformes numériques, dont Facebook et Twitter, touchant ainsi un public mondial plus large et plus varié. Compte tenu des restrictions liées à la pandémie de COVID-19, les États Membres, les médias et le public mondial se sont davantage tournés vers la télévision en ligne des Nations Unies pour suivre les réunions et manifestations virtuelles en direct ou sous forme d'enregistrements disponibles à la demande. Une liste de diffusion consacrée à la COVID-19 et comportant plus de 300 vidéos, notamment tous les points de presse sur la pandémie présentés par l'OMS, a été mise à la disposition du public sur le site de la télévision en ligne des Nations Unies.

Résultats escomptés pour 2022

- 28.55 Les résultats escomptés pour 2022 comprennent les résultats 1 et 2, qui s'inscrivent dans le prolongement de ceux qui étaient présentés dans les projets de plan antérieurs concernant le programme et pour lesquels il est rendu compte de ce qui a été fait en 2020 et de ce qu'il est envisagé de faire en 2022. Le résultat 3 est nouveau.

Résultat 1 : le dynamisme numérique au service de la mobilisation des jeunes³

Exécution du programme en 2020

- 28.56 Le sous-programme a amélioré ses outils de communication afin de renforcer l'engagement des jeunes : il a mis au point des sous-sites thématiques intéressant ce public et des documents axés sur les solutions, adaptés aux jeunes et destinés à les mobiliser. Il a continué à développer la nouvelle plateforme « UN2 » bâtie sur Drupal, sur laquelle repose un.org, en veillant à ce que tous les nouveaux sites et sous-sites consacrés aux campagnes soient créés sur cette plateforme, le but étant que les initiatives de communication stratégique bénéficient des améliorations qu'elle apporte du point de vue fonctionnel et conceptuel.
- 28.57 Dans le cadre du sous-programme, on a également renforcé les synergies avec les comptes de médias sociaux de l'ONU aux fins d'une promotion croisée des contenus disponibles sur les médias sociaux et le site Web. On s'est en outre lancé dans un projet de refonte des contenus existants qui étaient encore mis à jour sur l'ancienne plateforme pour les adapter à la nouvelle plateforme, plus visuelle et plus facilement accessible sur les appareils mobiles. Tous ces changements visent à accroître la sensibilisation et la mobilisation des publics plus jeunes.
- 28.58 Le travail susmentionné a contribué à porter à 5 194 211 heures la durée totale des visites sur le site Web de l'ONU, ce qui a permis de faire mieux que la cible fixée, à savoir 3 237 455 heures, dont il est question dans le projet de budget-programme pour 2020.

Projet de budget-programme pour 2022

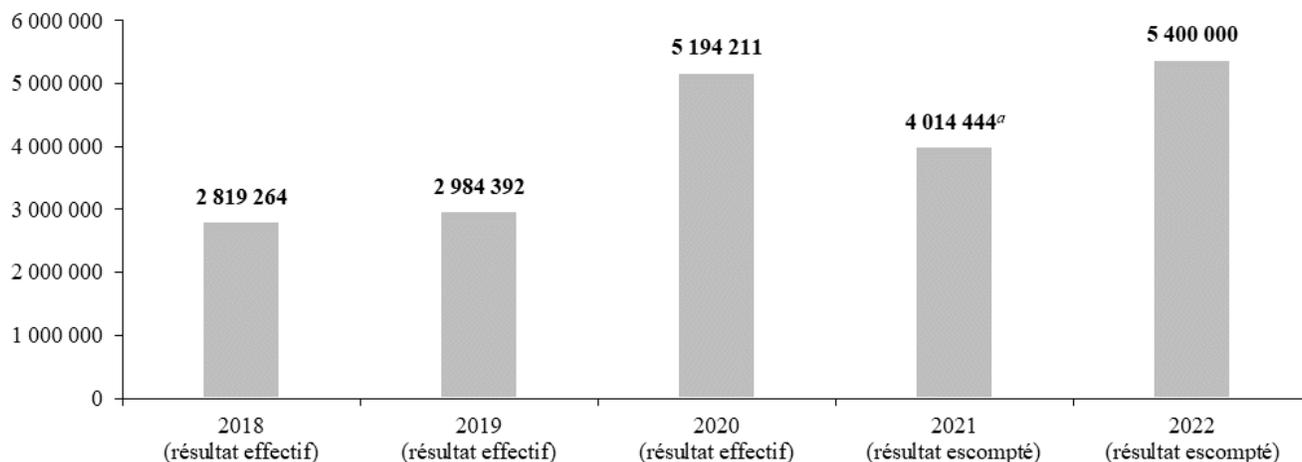
- 28.59 Dans le cadre du sous-programme et conformément au mandat fixé, on poursuivra les activités relatives au résultat escompté. Pour continuer de se rapprocher de l'objectif, on continuera de migrer le contenu existant vers la nouvelle plateforme et de veiller à ce que tous les nouveaux contenus soient créés sur la plateforme UN2. On cherchera en outre des moyens d'élargir l'échelle et la portée de la nouvelle plateforme afin de mobiliser davantage les publics plus jeunes. Les progrès escomptés sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.IV).

³ Voir le projet de budget-programme pour 2020 [[A/74/6 \(Sect. 28\)](#)].

Figure 28.IV

Mesure des résultats : durée totale des visites sur le site Web des Nations Unies

(Nombre d'heures)



^a Pour que l'on sache où en est l'exécution des plans-programmes initiaux, on a repris ici la cible définie pour 2021 dans le budget-programme de 2021 et retenu les estimations les plus fiables dont on disposait avant le début de la pandémie. Il sera rendu compte de l'exécution du programme pour 2021 dans le projet de budget-programme pour 2023.

Résultat 2 : contenus multimédias en un coup d'œil⁴**Exécution du programme en 2020**

- 28.60 Dans le cadre du sous-programme, on a poursuivi la création de la plateforme unifiée qui permettra aux visiteurs d'accéder aux supports audiovisuels (documents audio, vidéo et photographiques) à partir d'un seul site Web. En 2020, l'équipe s'est attachée à réaliser les travaux techniques nécessaires pour relier les différentes plateformes d'arrière-plan à un site Web commun accessible au public. On a également convenu d'un cadre de métadonnées commun qui sera appliqué à l'ensemble de ces plateformes, ce qui devrait permettre d'effectuer des recherches sur différents types de médias. On a en outre créé une page d'accueil pour le site consacré à la diffusion sur le Web et retravaillé certaines des pages communes qui seront utilisées à travers l'écosystème de produits multimédias de l'ONU.
- 28.61 Le travail susmentionné a contribué au fait que 57 millions de minutes de vidéos à la demande ont été visionnées en 2020, mais n'a pas permis d'atteindre la cible fixée, à savoir 59 millions de minutes, dont il est question dans le budget-programme pour 2021. Cette cible n'a pas pu être atteinte car la pandémie de COVID-19 a entraîné une diminution du nombre de réunions et de manifestations organisées au Siège en 2020. En outre, moins de contenus vidéo ont été produits, ce qui a également contribué à la baisse du temps de visionnage.

Projet de budget-programme pour 2022

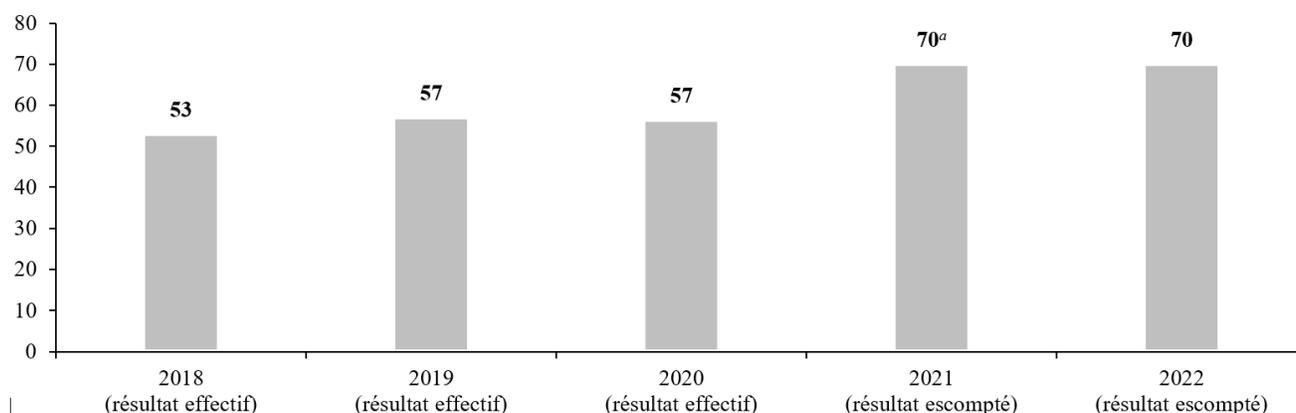
- 28.62 Dans le cadre du sous-programme et conformément au mandat fixé, on poursuivra les activités relatives au résultat escompté. Pour continuer à se rapprocher de l'objectif, on lancera une nouvelle plateforme unifiée qui regroupera les documents audio, vidéo et photographiques. En 2022, on s'attachera à améliorer la performance de la plateforme, sur la base des indicateurs et données recueillis, afin que le public et les clients du monde entier visitent le site Web, y trouvent ce dont ils ont besoin et soient motivés à le consulter plus longtemps. Les progrès escomptés sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.V).

⁴ Voir le projet de budget-programme pour 2021 (A/75/6/Add.1).

Figure 28.V

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

(En millions de minutes)



^a Pour que l'on sache où en est l'exécution des plans-programmes initiaux, on a repris ici la cible définie pour 2021 dans le budget-programme de 2021 et retenu les estimations les plus fiables dont on disposait avant le début de la pandémie. Il sera rendu compte de l'exécution du programme pour 2021 dans le projet de budget-programme pour 2023.

Résultat 3 : attention accrue aux changements climatiques**Projet de budget-programme pour 2022**

- 28.63 La lutte contre les changements climatiques étant une priorité pour l'Organisation, il est essentiel de mettre en avant les efforts déployés par celle-ci et les mesures prises par les pays pour atténuer leurs effets. Le sous-programme continue de travailler en étroite collaboration avec divers bureaux des Nations Unies sur un large éventail d'activités et de manifestations axées sur la protection de l'environnement et les questions de développement durable, notamment en assurant la couverture de grandes manifestations et conférences, en communiquant au sujet de manifestations spéciales et en produisant des contenus vidéo sur les changements climatiques. En 2020, dans le cadre du sous-programme 1, on a lancé une version remaniée du site Web sur l'action climatique (<http://www.un.org/fr/climatechange>). Disponible dans les six langues officielles, il comporte de nouvelles sections sur les activités visant à reconstruire en mieux, les aspects scientifiques des changements climatiques ainsi que les actions et les solutions, et propose au public des moyens de soutenir l'appel de l'ONU en faveur de l'action climatique.

Enseignements tirés et changements prévus

- 28.64 Les enseignements tirés sont les suivants : la couverture des dernières nouvelles concernant les changements climatiques peut être utilisée pour expliquer les problèmes sous-jacents. On peut en outre mettre à profit cette médiatisation pour présenter les moyens mis en œuvre par l'ONU pour lutter activement contre les changements climatiques dans le monde. Compte tenu de ces enseignements, dans le cadre du sous-programme, on créera des contenus multimédias et multilingues ciblés sur le sujet, avec l'aide d'organismes des Nations Unies, et on travaillera avec des partenaires et des personnes influentes dans les médias sociaux pour diffuser davantage d'informations fiables et faisant autorité. On mettra en avant des récits inspirants qui illustrent le rôle central que l'ONU joue dans la lutte contre les changements climatiques et l'action qu'elle mène en faveur de la biodiversité et des océans sur plusieurs plateformes numériques et médiatiques, dont ONU Info et d'autres sites Web. Cette approche sera accompagnée d'une optimisation des moteurs de recherche, et le sous-programme examinera les indicateurs en temps réel pour mesurer l'incidence de ses contenus multimédias sur les changements climatiques. Il tiendra compte des évolutions dans le paysage informatique et des habitudes du public, et travaillera avec les personnes influentes dans les médias sociaux pour diffuser ses contenus auprès des publics cibles et faire mieux comprendre les problèmes et les mesures à prendre.

Progrès escomptés en ce qui concerne la réalisation de l'objectif et mesure des résultats

28.65 Le travail qui sera effectué devrait contribuer à la réalisation de l'objectif, comme le montrera le nombre accru d'acteurs utilisant des nouvelles concernant l'action climatique (voir le tableau 28.5).

Tableau 28.5

Mesure des résultats

2018 (résultat effectif)	2019 (résultat effectif)	2020 (résultat effectif)	2021 (résultat escompté)	2022 (résultat escompté)
Accès aux nouvelles de dernière heure sur les changements climatiques	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

Produits

28.66 On trouvera dans le tableau 28.6 les produits retenus pour la période 2020-2022, classés par catégorie et sous-catégorie, qui ont contribué et devraient continuer de contribuer à la réalisation de l'objectif énoncé ci-dessus.

Tableau 28.6

Sous-programme 2 : produits retenus pour la période 2020-2022, par catégorie et sous-catégorie

Catégorie et sous-catégorie

D. Activités de communication

Relations extérieures et relations avec les médias : accréditation et services concernant 1 000 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 ; création, mise à jour et maintenance du site Internet principal des Nations Unies (y compris la page d'accueil) et des 185 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 répondent aux exigences de la parité linguistique des Nations Unies (quelque 43 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 ; fourniture de services de médiathèque aux représentants, aux médias et autres.

Sous-programme 3

Services de diffusion et de partage du savoir

Objectif

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

Stratégie

- 28.68 Pour contribuer à la réalisation de l'objectif, le sous-programme mènera 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. Il organisera des séances d'information, des manifestations spéciales, des visites guidées et des ateliers interactifs et collaborera avec les organisateurs des conférences Simul'ONU. Outre l'accent mis sur les objectifs de développement durable, il proposera des programmes de sensibilisation et d'éducation sur l'Holocauste et la traite transatlantique des esclaves. Il créera des publications, des guides de recherche et des expositions portant sur ces thèmes prioritaires, notamment à l'intention des jeunes, ainsi que des supports de communication, des identités visuelles et une image de marque à l'appui des priorités de l'Organisation. Il nouera et entretiendra également des partenariats stratégiques avec les industries 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. Il collaborera 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. Il facilitera en outre le partage des connaissances et la préservation des ressources d'information de l'ONU destinées à un public interne comme externe.
- 28.69 Le travail qui sera ainsi effectué devrait avoir le résultat suivant :
- 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 croissante 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 2020

- 28.70 On trouvera dans cette partie relative à l'exécution du programme en 2020 des informations sur un résultat qui a dû être ajouté en 2020 et sur les résultats 1 et 2.

Accès du personnel du Secrétariat et de 17 organismes, fonds et programmes des Nations Unies à des informations à jour et fiables sur la COVID-19

- 28.71 Le sous-programme gère iSeek, la plateforme de communication interne du Secrétariat utilisée par l'ensemble du personnel des Nations Unies en poste au Siège et sur le terrain. Dès le début de la pandémie de COVID-19 en mars 2020, il a répondu au besoin urgent du personnel de disposer

d'informations à jour et fiables concernant l'incidence de la COVID-19 sur les conditions de travail, la sûreté et la sécurité ainsi que la santé et le bien-être personnels.

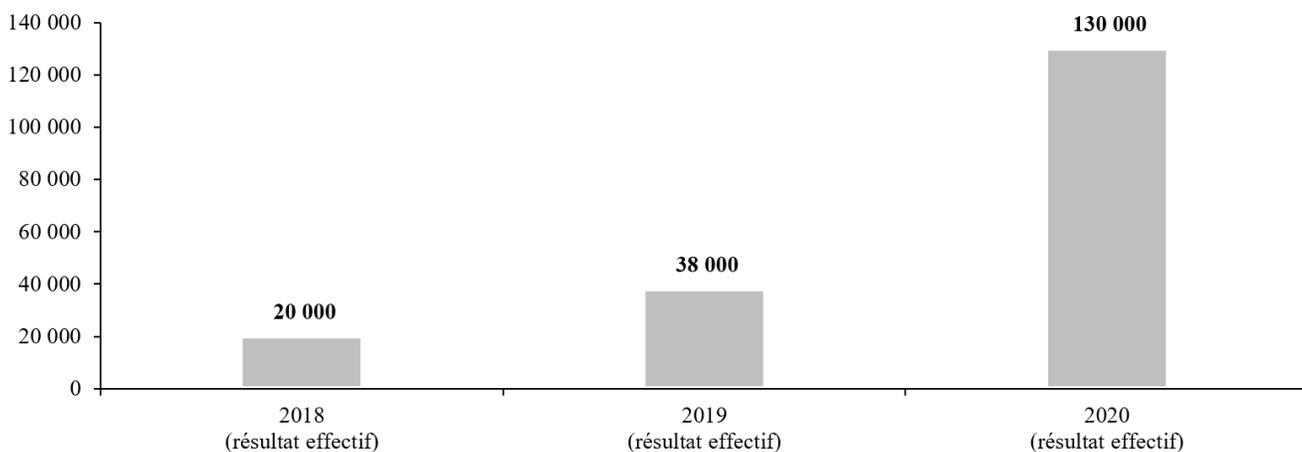
28.72 On a mis en place deux initiatives dans le cadre du sous-programme. Premièrement, à partir de mars 2020, on a lancé une série de réunions-débats en ligne, au cours desquelles des experts de l'ONU ont donné au personnel du monde entier des informations relatives à la sûreté et à la sécurité, aux soins et services médicaux et mentaux ainsi qu'aux aspects des conditions d'emploi ayant trait aux ressources humaines, et répondu à toutes les questions et préoccupations soulevées par le personnel. Celles-ci ont été transmises aux départements concernés, et 400 questions et réponses ont été enregistrées dans une base de données qui alimente en grande partie la page consacrée à la COVID-19 sur iSeek, destinée à l'ensemble du Secrétariat. Quelque 5 000 membres du personnel ont participé aux 10 réunions-débats qui se sont tenues en ligne. Deuxièmement, compte tenu de la nécessité de communiquer au-delà du Secrétariat, le sous-programme, en partenariat avec le Bureau de l'informatique et des communications, a élargi l'accès à iSeek à 17 organismes, fonds et programmes des Nations Unies, ce qui représente plus de 90 000 nouveaux utilisateurs. Plus de 500 articles, en anglais et en français, et quelque 2 500 annonces mondiales et locales concernant des manifestations et initiatives des Nations Unies et des priorités de l'Organisation en matière de gestion ont été publiés sur iSeek.

Progrès accomplis dans la réalisation de l'objectif et mesure des résultats

28.73 Le travail effectué a contribué à la réalisation de l'objectif, comme le montre le fait que 130 000 usagers du système des Nations Unies ont accès à iSeek (voir la figure 28.VI).

Figure 28.VI

Mesure des résultats : nombre d'utilisateurs du système des Nations Unies ayant accès à iSeek (résultat cumulé)



Conséquences de la COVID-19 sur l'exécution du sous-programme

28.74 En 2020, en raison de la COVID-19, le sous-programme a dû modifier son approche pour assurer la réalisation des activités prévues, en particulier dans les domaines de la sensibilisation et du partage des connaissances. À partir de mars 2020, toutes les activités de sensibilisation du sous-programme ont été menées selon des modalités virtuelles. Si certains programmes prescrits, tels que le Programme de stages de journalisme Reham Al-Farra organisé à l'intention des journalistes originaires de pays en développement, et certains ateliers d'information et de communication destinés aux organisations non gouvernementales ont été annulés ou vu leur nombre diminuer en 2020, la majorité des activités de sensibilisation et de formation ont pu se dérouler en ligne. Par exemple, un programme commémoratif virtuel a été organisé pour marquer le quarantième anniversaire du programme et mobiliser des anciens stagiaires. Il a attiré pas moins de 38 anciens participants et anciennes participantes venant de 32 pays, représentant toutes les régions géographiques. Ces journalistes représentaient huit cohortes annuelles du programme de stages et

œuvraient dans divers organes de presse : journaux imprimés et en ligne, radio, télévision et vidéo, médias sociaux et plateformes multimédias. Les quatre sections des services aux visiteurs des villes sièges se sont rapidement recentrées pour offrir une gamme de visites et de séances d'information virtuelles et en ligne, en direct ou en différé. Tous les lieux d'affectation ont mis en place des visites et d'autres produits destinés à des groupes précis (par exemple, les enfants ou les enseignants) ou portant sur des sujets spécifiques, tels que les changements climatiques, la lutte contre le terrorisme et les questions de genre. Les quatre principaux centres de conférence proposent désormais des visites et des séances d'information virtuelles en ligne sur différents thèmes, en particulier les objectifs de développement durable, les droits humains, le racisme et la xénophobie et les activités menées par l'ONU pour combattre la pandémie de COVID-19, en mettant notamment l'accent sur la communication narrative et la participation du public. En outre, le sous-programme a organisé des tables rondes, des webinaires et des ateliers pour les enseignants qui portaient sur divers sujets, notamment la traite transatlantique des esclaves et l'Holocauste. Les manifestations en ligne organisées par le Programme de communication sur l'Holocauste et les Nations Unies ont été suivies en direct par plus de 1 000 personnes issues de pays tels que l'Afrique du Sud, l'Autriche, la Colombie, l'Inde, le Maroc et le Pakistan, et 1 200 autres personnes ont visionné les enregistrements. Le Département a mis en ligne son programme « The real United Nations: an interactive briefing series for Model United Nations » (Les coulisses de l'ONU : une série d'exposés interactifs pour les Simul'ONU), qui lui a permis d'accroître sa portée géographique et de toucher un public plus vaste.

- 28.75 Pour faire face aux problèmes liés à la pandémie, on a retenu de nouvelles activités, qui concourent aux objectifs du sous-programme. En réponse à la demande croissante de ressources de santé mentale et de soutien psychosocial exprimée par les jeunes pendant la pandémie, le Bureau de l'Envoyée du Secrétaire général pour la jeunesse a créé, en partenariat avec le Fonds des Nations Unies pour l'enfance et l'OMS, la série de webinaires #CopingwithCOVID (composer avec la COVID), qui ont été vus par 34 000 personnes. En 2020, à l'occasion de la Journée internationale de la paix, le sous-programme a organisé une conférence virtuelle à l'intention des étudiants qui a été suivie par plus de 2 700 personnes. En outre, plus de 4 000 jeunes ont participé à une réunion-débat virtuelle et à une plénière jeunesse pendant la soixante-quinzième session de l'Assemblée générale, 550 ont répondu aux enquêtes et 800 ont soumis des textes dans le cadre du concours de dissertations sur le thème #LeadTheNewNormal (Réinventer la normalité). Les textes reçus ont servi à l'élaboration de la Déclaration faite à l'occasion de la célébration du soixante-quinzième anniversaire de l'Organisation des Nations Unies (résolution 75/1 de l'Assemblée générale), adoptée par les États Membres.
- 28.76 En ce qui concerne le partage des connaissances, un service de discussion en ligne a été mis en place, dans le cadre duquel plus de 17 000 prestations interactives de recherches ont été fournies en 2020. Des formations à l'intention des représentants et des fonctionnaires ont été animées en ligne entre avril et octobre 2020. Au total, 47 séances de formation ont été menées à l'intention de 333 participants. En août, la Bibliothèque Dag Hammarskjöld a organisé un webinaire sur la façon dont les bibliothèques participaient à la lutte contre la désinformation partout dans le monde. Parmi les orateurs figuraient des universitaires et des bibliothécaires d'Afrique du Sud, du Bangladesh et du Mexique, ainsi qu'un représentant de la Fédération internationale des associations et institutions de bibliothèques. La manifestation a attiré 90 participants, dont des représentants des délégations, des membres du personnel des Nations Unies, des bibliothécaires des bibliothèques depositaires et des représentants du public.

Résultats escomptés pour 2022

- 28.77 Les résultats escomptés pour 2022 comprennent les résultats 1 et 2, qui s'inscrivent dans le prolongement de ceux qui étaient présentés dans les projets de plan antérieurs concernant le programme et pour lesquels il est rendu compte de ce qui a été fait en 2020 et de ce qu'il est envisagé de faire en 2022. Le résultat 3 est nouveau.

Résultat 1 : Tokyo 2020, Expo 2020 Doubaï et soixante-quinzième anniversaire de l'ONU : de nouveaux partenariats⁵

Exécution du programme en 2020

- 28.78 Prévus au départ pour 2020, les Jeux olympiques de Tokyo et l'Exposition à Doubaï (Émirats arabes unis) ont été reportés à 2021 et 2022, respectivement, en raison de la pandémie de COVID-19. Le sous-programme n'a donc pas pu nouer de nouveaux partenariats pour le soixante-quinzième anniversaire dans le cadre de ces manifestations. Il a recentré ses efforts et travaillé avec les partenaires concernés pour modifier son approche : au lieu d'avoir un pavillon physique aux prochains Jeux olympiques et à la prochaine Expo, il sera virtuellement présent au moyen de sessions préenregistrées, dans le cadre desquelles il fera la promotion des objectifs de développement durable et de la décennie d'action visant à accélérer la mise en place de solutions durables aux plus grands défis mondiaux et mettra en lumière le travail de l'ONU. En tant que principal coordonnateur de la présence de l'ONU à l'Expo, il a continué d'établir, au moyen de modalités virtuelles, de nouveaux partenariats stratégiques et durables à l'appui des objectifs de développement durable et de la décennie d'action, comme le montre le résultat 2 ci-dessous, étant donné que le soixante-quinzième anniversaire de l'ONU sera passé.
- 28.79 Le travail susmentionné a contribué à accroître le nombre de partenariats durables à l'appui des objectifs de développement durable et de la décennie d'action, des partenariats ayant été conclus avec plus de 100 États Membres, 100 points focaux du système des Nations Unies et plus de 30 partenaires, notamment des représentants du secteur privé, de la société civile et des organisations de jeunes et des personnes influentes. Toutefois, en raison du report des Jeux olympiques à 2021 et de l'Expo à 2022, ces partenariats n'ont pas pu atteindre leur plein potentiel et n'ont pas permis d'atteindre la cible fixée dans le projet de budget-programme pour 2020.

Projet de budget-programme pour 2022

- 28.80 Dans le cadre du sous-programme et conformément au mandat fixé, on poursuivra les activités relatives au résultat escompté. Pour continuer de se rapprocher de l'objectif, on appuiera la Semaine des objectifs mondiaux qui se tiendra dans le cadre de l'Expo en proposant des orateurs et des contenus, en collaborant avec les entités des Nations Unies pour soutenir la célébration des journées internationales pendant l'Expo et en recommandant aux États Membres des experts techniques et des intervenants pour leurs programmes à l'Expo. Les progrès escomptés sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir le tableau 28.7).

Tableau 28.7
Mesure des résultats

2018 (résultat effectif)	2019 (résultat effectif)	2020 (résultat effectif)	2021 (résultat escompté) ^a	2022 (résultat escompté)
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	Des partenariats durables à l'appui des objectifs de développement durable et de la décennie d'action sont établis avec plus de 100 États Membres, 100 points focaux du système des Nations Unies et	La durée des partenariats s'allonge et la diversité géographique et sectorielle des partenaires participant au pacte pour la décennie d'action en faveur de la réalisation des objectifs de	Le nombre de partenariats augmente, leur durée continue de s'allonger et la diversité des partenaires continue de s'élargir en vue de la réalisation de la décennie d'action

⁵ Voir le projet de budget-programme pour 2020 [A/74/6 (Sect. 28)].

2018 (résultat effectif)	2019 (résultat effectif)	2020 (résultat effectif)	2021 (résultat escompté) ^a	2022 (résultat escompté)
		plus de 30 partenaires, dont des représentants du secteur privé, de la société civile et d'organisations de jeunes et des personnes influentes	développement durable d'ici à 2030 s'élargit	

^a Pour que l'on sache où en est l'exécution des plans-programmes initiaux, on a repris ici la cible définie pour 2021 dans le budget-programme de 2021 et retenu les estimations les plus fiables dont on disposait avant le début de la pandémie. Il sera rendu compte de l'exécution du programme pour 2021 dans le projet de budget-programme pour 2023.

Résultat 2 : mobilisation de partenariats stratégiques et durables en vue d'accélérer la réalisation des objectifs de développement durable⁶

Exécution du programme en 2020

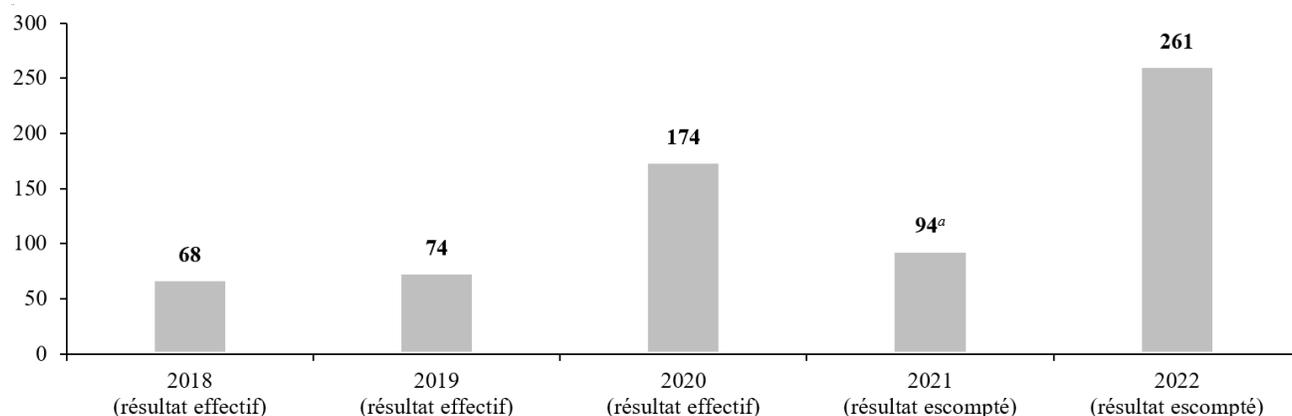
- 28.81 Dans le cadre du sous-programme, on a continué à renforcer les partenariats existants à l'appui des objectifs de développement durable. Ces partenariats, établis dans les domaines de l'éducation, du théâtre, du cinéma, de l'art, du sport, de la publicité et de l'édition, sont axés sur des objectifs allant au-delà du simple engagement à obtenir des résultats concrets en faveur de la décennie d'action. Dans le cadre de cet objectif, on a également lancé une nouvelle initiative : le Pacte des éditeurs en faveur des objectifs de développement durable. Celui-ci a pour but d'inciter le secteur mondial de l'édition à appuyer les objectifs de développement durable en l'encourageant à prendre 10 engagements consistant notamment à publier davantage de contenus liés aux objectifs et à adopter des pratiques commerciales durables.
- 28.82 Le travail susmentionné a contribué à la mobilisation de 174 partenaires, y compris les 30 mentionnés dans le résultat 1 ci-dessus, qui assurent la diffusion de contenus et la conduite de campagnes relatifs à la réalisation des objectifs de développement durable, ce qui a permis de faire mieux que la cible fixée, à savoir 84 partenaires, dont il est question dans le budget-programme pour 2021.

Projet de budget-programme pour 2022

- 28.83 Dans le cadre du sous-programme et conformément au mandat fixé, on poursuivra les activités relatives au résultat escompté. Pour continuer de se rapprocher de l'objectif, on créera d'autres pactes sectoriels afin de nouer des partenariats stratégiques et d'engager les principaux secteurs à prendre des mesures concrètes pour réaliser les objectifs de développement durable d'ici à 2030, et on mettra en place un système centralisé et coordonné de communication de l'information pour suivre les progrès accomplis. Les progrès escomptés sont présentés dans la mesure des résultats ci-après (voir la figure 28.VII).

⁶ Voir le projet de budget-programme pour 2021 ([A/75/6/Add.1](#)).

Figure 28.VII

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

^a Pour que l'on sache où en est l'exécution des plans-programmes initiaux, on a repris ici la cible définie pour 2021 dans le budget-programme de 2021 et retenu les estimations les plus fiables dont on disposait avant le début de la pandémie. Il sera rendu compte de l'exécution du programme pour 2021 dans le projet de budget-programme pour 2023.

Résultat 3 : élargissement de l'accès aux connaissances accumulées par l'ONU et à la documentation destinée aux organes délibérants

Projet de budget-programme pour 2022

- 28.84 Le sous-programme s'est efforcé de répondre à l'intérêt accru et à la demande croissante de contenus actualisés et fiables de l'ONU dans un format numérique afin de permettre un accès rapide à des informations exactes, notamment sur les objectifs de développement durable. Il a lancé deux grands projets. Premièrement, la Bibliothèque Dag Hammarskjöld a créé une banque de connaissances et une ontologie des objectifs de développement durable sur laquelle reposent les ressources collectées et diffusées. La base de données multilingue permet d'accéder à plus d'un demi-million de fichiers numériques et a enregistré plus de 2,7 millions de téléchargements uniques dans 7 600 villes du monde entier en 2020. Deuxièmement, la nouvelle version de la UN iLibrary (bibliothèque virtuelle des Nations Unies) intègre une fonction de recherche permettant de filtrer le contenu par objectif de développement durable, ce qui permet aux 450 000 utilisateurs actuels d'effectuer une recherche complète dans plus de 9 000 publications des Nations Unies et de filtrer les résultats en définissant jusqu'à trois objectifs.

Enseignements tirés et changements prévus

- 28.85 Les enseignements tirés sont les suivants : on a pris conscience de la complexité accrue des divers documents numériques de l'Organisation (textes normatifs, documentation destinée aux organes délibérants, publications, rapports, documents de travail et déclarations) et de la nécessité croissante de les rendre facilement accessibles. Ces documents font partie intégrante du savoir et du patrimoine institutionnel de l'Organisation. Compte tenu de ces enseignements, dans le cadre du sous-programme, on concevra et mettra en place un système permettant de recenser, d'analyser et de diffuser les différents formats des contenus produits par l'ONU. Un nouveau processus numérique remplacera les anciens systèmes qui limitent l'interopérabilité entre les bases de données. Il permettra d'analyser de manière optimale les différents contenus soumis par les entités auteurs des Nations Unies et de les télécharger sur la Bibliothèque numérique des Nations Unies, le centre documentaire principal du Secrétariat. Les normes internationales bibliographiques et celles en matière de conservation numérique seront appliquées et les contributions des centres de conférence seront traitées de manière sécurisée et décentralisée.

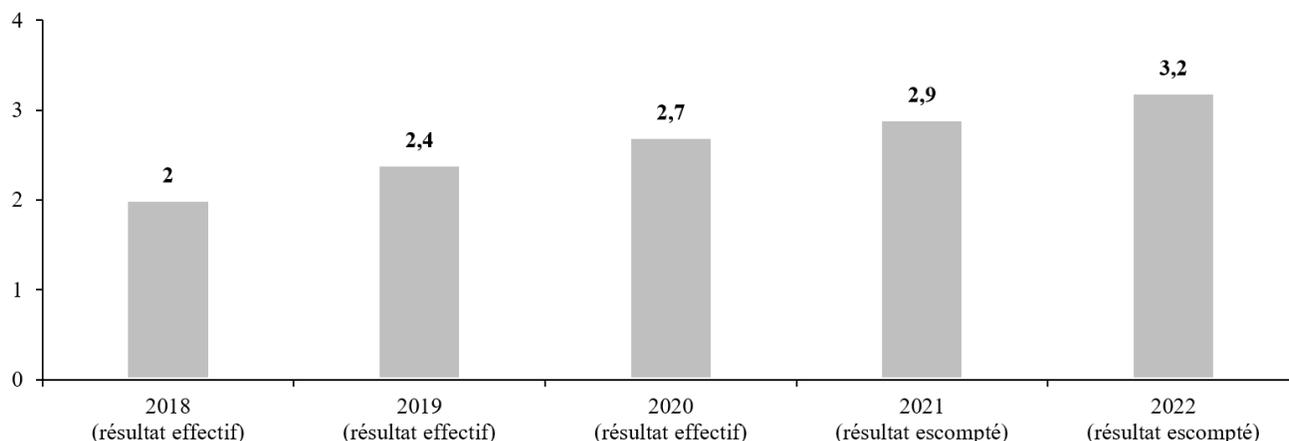
Progrès escomptés en ce qui concerne la réalisation de l'objectif et mesure des résultats

28.86 Le travail qui sera effectué devrait contribuer à la réalisation de l'objectif, comme le montreront les 3,2 millions de téléchargements uniques de ressources et documents de l'ONU sur les plateformes du sous-programme (voir la figure 28.VIII).

Figure 28.VIII

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

(En millions)



Produits

28.87 On trouvera dans le tableau 28.8 les produits retenus pour la période 2020-2022, classés par catégorie et sous-catégorie, qui ont contribué et devraient continuer de contribuer à la réalisation de l'objectif énoncé ci-dessus.

Tableau 28.8

Sous-programme 3 : produits retenus pour la période 2020-2022, par catégorie et sous-catégorie

<i>Catégorie et sous-catégorie</i>	<i>Produits prévus : 2020</i>	<i>Produits livrés : 2020</i>	<i>Produits prévus : 2021</i>	<i>Produits prévus : 2022</i>
A. Facilitation des travaux des organes intergouvernementaux et des organes d'experts				
Documentation destinée aux organes délibérants (nombre de documents)	4	4	4	4
1. Rapports à l'Assemblée générale sur les questions d'information et les activités du Département de la communication globale : services de communication stratégique, services d'information et services de diffusion et de partage du savoir	4	4	4	4
Services fonctionnels pour les réunions (nombre de réunions de trois heures)	20	20	20	20
2. Réunions du Comité de l'information	20	20	20	20
B. Création et transfert de connaissances				
Séminaires, ateliers et activités de formation (nombre de jours)	193	236	193	306
3. Ateliers d'information et de communication à l'intention des organisations non gouvernementales et programme d'orientation destiné aux organisations non gouvernementales nouvellement accréditées	27	15	27	30

Catégorie et sous-catégorie	<i>Produits prévus : 2020</i>	<i>Produits livrés : 2020</i>	<i>Produits prévus : 2021</i>	<i>Produits prévus : 2022</i>
4. Stages, séminaires et ateliers sur les services de la Bibliothèque Dag Hammarskjöld et stages pour les créateurs de contenu, les éditeurs et les points focaux pour iSeek	145	215	145	225
5. Programme de stages de journalisme Reham Al-Farra	21	6	21	21

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 ; sélection, conception, organisation et installation d'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 promotion des cérémonies marquant 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 à 850 organisations accueillant quelque 260 000 étudiants 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 : administration et tenue à jour d'iSeek, la principale plateforme de communication interne du Secrétariat pour l'ensemble des utilisateurs dans le monde ; publication d'articles ; organisation de formations à l'intention de plus de 1 000 participants ; tenue à jour du portail e-deleGATE et de 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 2022

Vue d'ensemble

28.88 On trouvera dans les tableaux 28.9 à 28.11 des informations sur les ressources qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2022 et, selon le cas, sur les changements dont il est tenu compte.

Tableau 28.9

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

(En milliers de dollars des États-Unis)

Objet de dépense	2020 (dépenses effectives)	2021 (crédits ouverts)	Changements					2022 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements	Total	Pourcentage	
Postes	77 655,9	81 720,9	–	–	27,5	27,5	–	81 748,4
Autres dépenses de personnel	1 925,9	3 851,6	(6,5)	–	23,4	16,9	0,4	3 868,5
Dépenses de représentation	1,8	22,8	–	–	–	–	–	22,8
Consultants	191,0	–	–	–	–	–	–	–
Voyages du personnel	64,1	287,7	–	–	(29,3)	(29,3)	(10,2)	258,4
Services contractuels	7 444,0	6 411,5	(204,9)	2,9	(34,9)	(236,9)	(3,7)	6 174,6
Frais généraux de fonctionnement	3 315,4	4 699,9	–	–	(138,4)	(138,4)	(2,9)	4 561,5
Fournitures et accessoires	100,6	623,1	(30,9)	–	(8,6)	(39,5)	(6,3)	583,6
Mobilier et matériel	1 912,3	648,6	–	–	(0,9)	(0,9)	(0,1)	647,7
Aménagement des locaux	144,3	–	–	–	–	–	–	–
Subventions et contributions	40,9	800,0	–	–	–	–	–	800,0
Autres	1,2	–	–	–	–	–	–	–
Total	92 797,6	99 066,1	(242,3)	2,9	(161,2)	(400,6)	(0,4)	98 665,5

Tableau 28.10

Vue d'ensemble : postes proposés et changements relatifs aux postes pour 2022^a

(Nombre de postes)

	Nombre	Informations sur les postes
Effectif approuvé pour 2021	688	1 SGA, 3 D-2, 18 D-1, 34 P-5, 72 P-4, 106 P-3, 57 P-2/P-1, 7 G(1°C), 197 G(AC), 144 AL, 49 AN
Création	1	1 P-5 au titre de la composante Direction exécutive et administration
Suppression	(1)	1 AL au titre du sous-programme 1
Transformation	–	1 P-4 en 1 AN au titre du sous-programme 1
Reclassements	–	4 P-4 en 4 P-5 au titre du sous-programme 1
Transferts	–	1 P-5, 1 P-4, 10 P-3, 2 P-2/1 et 9 G(AC) du sous-programme 2 au sous-programme 1, et 1 P-3 de Dar es-Salaam (République-Unie de Tanzanie) à Nairobi au titre du sous-programme 1
Effectif proposé pour 2022	688	1 SGA, 3 D-2, 18 D-1, 39 P-5, 67 P-4, 106 P-3, 57 P-2/1, 7 G(1°C), 197 G(AC), 143 AL, 50 AN

^a On trouvera à l'annexe III des informations sur les changements relatifs aux postes.

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^{re} classe) ; G(AC) = agent(e) des services généraux (Autres classes) ; SGA = secrétaire général(e) adjoint(e).

Tableau 28.11
Vue d'ensemble : postes proposés, par catégorie et par classe

(Nombre de postes)

Catégorie et classe	Changements				Total	Effectif proposé pour 2022
	Effectif approuvé pour 2021	Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements		
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur						
SGA	1	–	–	–	–	1
D-2	3	–	–	–	–	3
D-1	18	–	–	–	–	18
P-5	34	–	–	5	5	39
P-4	72	–	–	(5)	(5)	67
P-3	106	–	–	–	–	106
P-2/1	57	–	–	–	–	57
Total partiel	291	–	–	–	–	291
Agents des services généraux et des catégories apparentées						
G(1°C)	7	–	–	–	–	7
G(AC)	197	–	–	–	–	197
AL	144	–	–	(1)	(1)	143
AN	49	–	–	1	1	50
Total partiel	397	–	–	–	–	397
Total	688	–	–	–	–	688

28.89 On trouvera des renseignements supplémentaires sur la répartition des ressources demandées dans les tableaux 28.12 à 28.14 et dans la figure 28.IX.

28.90 Comme le montrent les tableaux 28.12 1) et 28.13 1), les ressources proposées pour 2022 s'élèvent globalement à 98 665 500 dollars avant actualisation des coûts, soit une diminution nette de 400 600 dollars (0,4 %) par rapport aux crédits ouverts pour 2021. La variation découle des trois facteurs suivants : a) des ajustements techniques ; b) des nouveaux mandats et des mandats élargis ; c) d'autres changements. Elles permettent de financer l'exécution intégrale, efficace et rationnelle des mandats.

Tableau 28.12

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	2020 (dépenses effectives)	2021 (crédits ouverts)	Changements					2022 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements	Total	Pourcentage	
A. Direction exécutive et administration	2 713,0	2 481,7	–	–	119,5	119,5	4,8	2 601,2
B. Programme de travail								
1. Services de communication stratégique	32 636,8	38 017,5	(130,0)	–	2 971,8	2 841,8	7,5	40 859,3
2. Services d'information	33 555,2	35 030,6	(112,3)	2,9	(3 202,1)	(3 311,5)	(9,5)	31 719,1
3. Services de diffusion et de partage du savoir	19 369,2	19 838,3	–	–	(42,5)	(42,5)	(0,2)	19 795,8
Total partiel (B)	85 561,2	92 886,4	(242,3)	2,9	(272,8)	(512,2)	(0,6)	92 374,2
C. Appui au programme	4 523,3	3 698,0	–	–	(7,9)	(7,9)	(0,2)	3 690,1
Total partiel (1)	92 797,6	99 066,1	(242,3)	2,9	(161,2)	(400,6)	(0,4)	98 665,5

2) *Quotes-parts hors budget ordinaire*

Composante/sous-programme	2020 (dépenses effectives)	2021 (estimations)	Changements	Pourcentage	2022 (prévisions)
A. Direction exécutive et administration	–	–	–	–	–
B. Programme de travail					
1. Services de communication stratégique	426,8	560,5	11,8	2,1	572,3
2. Services d'information	269,5	312,5	3,2	1,0	315,7
3. Services de diffusion et de partage du savoir	–	–	–	–	–
Total partiel (B)	696,3	873,0	15,0	1,7	888,0
C. Appui au programme	–	–	–	–	–
Total partiel (2)	696,3	873,0	15,0	1,7	888,0

3) *Ressources extrabudgétaires*

Composante/sous-programme	2020 (dépenses effectives)	2021 (estimations)	Changements	Pourcentage	2022 (prévisions)
A. Direction exécutive et administration	234,6	–	–	–	–
B. Programme de travail					
1. Services de communication stratégique	484,2	414,0	–	–	414,0
2. Services d'information	2 456,4	1 706,5	–	–	1 706,5

Chapitre 28 Communication globale

Composante/sous-programme	2020		Changements	Pourcentage	2022
	(dépenses effectives)	2021 (estimations)			
3. Services de diffusion et de partage du savoir	6 972,3	7 099,2	–	–	7 099,2
Total partiel (B)	9 912,9	9 219,7	–	–	9 219,7
C. Appui au programme	552,6	719,8	–	–	719,8
Total partiel (3)	10 700,1	9 939,5	–	–	9 939,5
Total	104 194,0	109 878,6	(385,6)	(0,4)	109 493,0

Tableau 28.13

Vue d'ensemble : postes proposés pour 2022, par source de financement, composante et sous-programme

(Nombre de postes)

 1) *Budget ordinaire*

Composante/sous-programme	Effectif approuvé pour 2021	Changements				Total	Effectif proposé pour 2022
		Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements			
A. Direction exécutive et administration	16	–	–	1	1	17	
B. Programme de travail							
1. Services de communication stratégique	312	–	–	22	22	334	
2. Services d'information	204	–	–	(23)	(23)	181	
3. Services de diffusion et de partage du savoir	134	–	–	–	–	134	
Total partiel (B)	650	–	–	(1)	(1)	649	
C. Appui au programme	22	–	–	–	–	22	
Total partiel (1)	688	–	–	–	–	688	

 2) *Quotes-parts hors budget ordinaire*

Composante/sous-programme	2021 (estimations)	Changements	2022 (prévisions)
A. Direction exécutive et administration	–	–	–
B. Programme de travail			
1. Services de communication stratégique	2	–	2
2. Services d'information	2	–	2
3. Services de diffusion et de partage du savoir	–	–	–
Total partiel (B)	4	–	4
C. Appui au programme	–	–	–
Total partiel (2)	4	–	4

Titre VII Communication globale

3) *Ressources extrabudgétaires*

<i>Composante/sous-programme</i>	<i>2021 (estimations)</i>	<i>Changements</i>	<i>2022 (prévisions)</i>
A. Direction exécutive et administration	–	–	–
B. Programme de travail			
1. Services de communication stratégique	–	–	–
2. Services d'information	–	–	–
3. Services de diffusion et de partage du savoir	10	–	10
Total partiel (B)	10	–	10
C. Appui au programme	1	–	1
Total partiel (3)	11	–	11
Total	703	–	703

Tableau 28.14

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

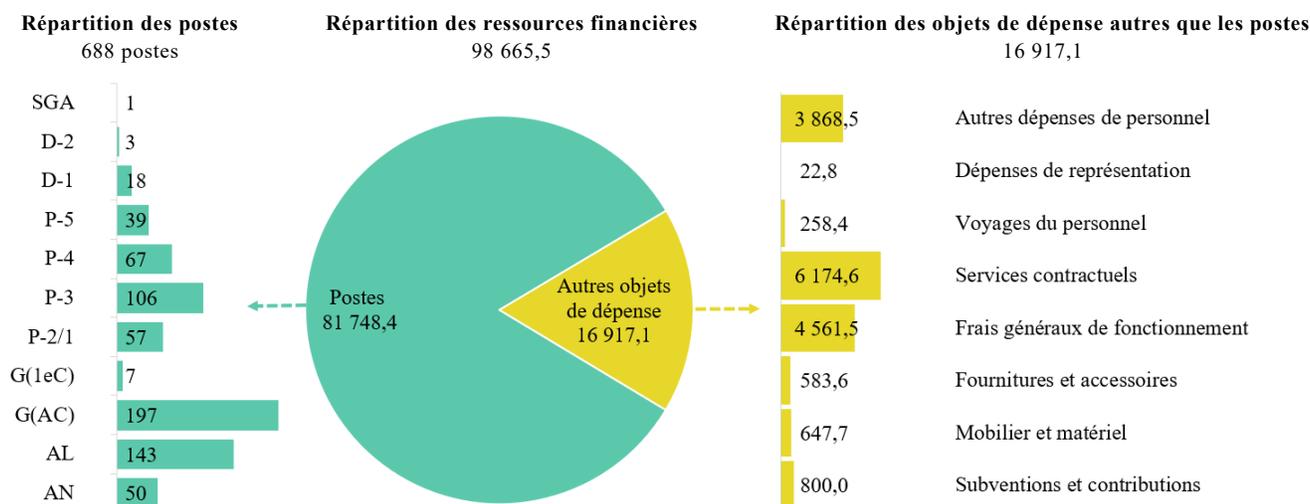
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	<i>2020 (dépenses effectives)</i>	<i>2021 (crédits ouverts)</i>	<i>Changements</i>				<i>Total</i>	<i>Pourcentage</i>	<i>2022 (prévisions avant actualisation des coûts)</i>
			<i>Ajustements techniques</i>	<i>Nouveaux mandats et mandats élargis</i>	<i>Autres changements</i>				
Ressources financières, par grande catégorie de dépenses									
Postes	77 655,9	81 720,9	–	–	27,5	27,5	0,0	81 748,4	
Autres objets de dépense	15 141,7	17 345,2	(242,3)	2,9	(188,7)	(428,1)	(2,5)	16 917,1	
Total	92 797,6	99 066,1	(242,3)	2,9	(161,2)	(400,6)	(0,4)	98 665,5	
Postes, par catégorie									
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		291	–	–	–	–	–	291	
Agents des services généraux et des catégories apparentées		397	–	–	–	–	–	397	
Total		688	–	–	–	–	–	688	

Figure 28.IX

Répartition des ressources proposées pour 2022 (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

28.91 Comme le montre le tableau 28.12 1), les changements entraînent une augmentation nette de 242 300 dollars, qui s’explique comme suit :

- a) **Sous-programme 1 (Services de communication stratégique).** La diminution de 130 000 dollars tient au non-renouvellement de crédits prévus pour 2021 au titre des services contractuels (99 100 dollars) et des fournitures et accessoires (30 900 dollars) pour couvrir la production et la diffusion d’une courte série multimédia sur des récits d’expériences positives liées à la résolution 75/237 de l’Assemblée générale, relative à l’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 la mise en œuvre intégrale et le suivi de la Déclaration et du Programme d’action de Durban ;
- b) **Sous-programme 2 (Services d’information).** La diminution de 112 300 dollars tient au non-renouvellement de crédits prévus pour 2021 au titre des autres dépenses de personnel (6 500 dollars) et des services contractuels (105 800 dollars) pour couvrir les services de diffusion sur le Web aux fins de la tenue d’une réunion de haut niveau d’une journée au sujet de la résolution 75/237.

Nouveaux mandats et mandats élargis

28.92 Comme le montre le tableau 28.12 1), les changements entraînent une augmentation nette de 2 900 dollars au titre du sous-programme 2 (Services d’information). L’augmentation de 2 900 dollars au titre des services contractuels tient aux ressources supplémentaires qui seront nécessaires pour couvrir les dépenses afférentes aux services de diffusion sur le Web pour appuyer les travaux du Groupe de travail à composition non limitée sur les progrès de l’informatique et des télécommunications dans le contexte de la sécurité internationale, conformément à la résolution 75/240 de l’Assemblée générale.

Autres changements

28.93 Comme le montre le tableau 28.12 1), les changements entraînent une diminution nette de 161 200 dollars, comprenant des augmentations au titre de la composante Direction exécutive et administration (119 500 dollars) et du sous-programme 1 (Services de communication stratégique) (2 971 800 dollars), qui sont plus que compensées par des diminutions au titre du sous-programme 2 (Services d'information) (3 202 100 dollars), du sous-programme 3 (Services de diffusion et de partage du savoir) et de l'appui au programme (42 500 dollars), qui s'expliquent comme suit :

a) **Direction exécutive et administration.** L'augmentation nette de 119 500 dollars comprend une augmentation des besoins au titre des postes (124 800 dollars), en partie compensée par une diminution au titre des autres objets de dépense (5 300 dollars), qui s'explique comme suit :

i) L'augmentation de 124 800 dollars au titre des postes tient à la création d'un poste de spécialiste hors classe de l'information (P-5) qui est proposée au Bureau de la Secrétaire générale adjointe à la communication globale pour diriger l'équipe de la communication stratégique. Le (la) titulaire fera rapport à la Secrétaire générale adjointe par l'intermédiaire du (de la) Chef du Bureau et sera chargé(e) de renforcer la planification, la coordination et la collaboration en matière de communication stratégique afin de maximiser l'incidence des activités de communication globale. La planification, la coordination et la collaboration en matière de communication stratégique sont au cœur de la mise en œuvre de la stratégie de communication globale de l'Organisation des Nations Unies. La fonction de planification, de coordination et de collaboration, qui s'appuierait sur un système de planification de type « grille » cartographiant dans le temps les principaux événements et occasions, consisterait à : a) permettre au Département d'établir des prévisions plus précises concernant des enjeux prioritaires mondiaux et recenser les occasions qui s'offrent à l'ONU de faire passer efficacement des messages sur fond d'environnement médiatique chargé ; b) consolider, rationaliser et orienter la capacité de production de sorte que les programmes et les activités du Département soient conformes aux priorités thématiques ; c) améliorer la coordination, accroître la diffusion des messages clefs et étendre la mise en œuvre des campagnes multilingues en collaborant avec l'ensemble du système des Nations Unies et en intervenant au niveau des pays, par l'intermédiaire des centres d'information des Nations Unies et du système des coordonnatrices et coordonnateurs résidents; et d) atténuer les risques en suivant les nouvelles questions et les menaces qui pèsent sur la réputation de l'Organisation, en proposant une stratégie ciblée de communication de crise. En améliorant la collaboration grâce à la mise en place d'une planification de type « grille » dans l'ensemble du système des Nations Unies, le Département réduira au minimum les chevauchements et établira une méthode de diffusion plus stratégique et plus coordonnée du contenu de ses communications, ce qui permettra ainsi de s'assurer que les messages communiqués sur plusieurs thèmes prioritaires ont une incidence plus importante et plus durable ;

ii) La diminution de 5 300 dollars au titre des objets de dépense autres que les postes tient à la diminution des dépenses au titre des voyages du personnel (1 100 dollars), des services contractuels (2 600 dollars), des fournitures et accessoires (700 dollars) et du mobilier et matériel (900 dollars) et s'explique par les mesures qui ont été prises pour pérenniser les nouvelles méthodes de travail et pratiques mises en place pendant la pandémie de COVID-19. Ces mesures consistent notamment à avoir davantage recours aux visioconférences et aux plateformes virtuelles pour participer aux réunions, pour remplacer les réunions en présentiel ; à réduire les besoins liés à l'achat de licences pour les applications de bureau mobile, celles-ci étant désormais disponibles en ligne ; et à réduire la dépendance à l'égard des documents imprimés et des fournitures utilisés pour les réunions en présentiel ;

- b) **Sous-programme 1 (Services de communication stratégique).** L'augmentation nette de 2 971 800 dollars tient à une augmentation des besoins au titre des postes (3 029 800 dollars), en partie compensée par une diminution au titre des autres objets de dépense (58 000 dollars), qui s'explique comme suit :
- i) L'augmentation nette de 3 029 800 dollars au titre des postes tient à deux principaux facteurs, décrits ci-après :

Rattachement de la Section des médias sociaux au Service des campagnes de communication

- a. L'augmentation de 3 127 100 dollars tient au gain proposé de 23 postes par transfert [1 P-5, 1 P-4, 10 P-3, 2 P-2/1 et 9 G(AC)] de la Section des médias sociaux, au titre du sous-programme 2 (Services d'information), au Service des campagnes de communication. Les fonctions des titulaires des 23 postes resteraient inchangées. Ce transfert favoriserait la pleine intégration et l'utilisation efficace des principales plateformes de médias sociaux dans le cadre de différentes campagnes de l'ONU sur des thèmes prioritaires, parallèlement à la poursuite de la promotion des contenus d'actualité de l'ONU. La stratégie de communication globale facilite la transition vers les activités de communication au service d'une cause, qui visent à frapper l'imagination et à inciter à l'action. Une des clefs de la réussite de ce type de communication tient au rôle stratégique central que jouent les médias sociaux pour mobiliser des individus dans le monde entier, notamment grâce à l'utilisation des comptes de l'ONU sur les médias sociaux, à des partenariats avec les principales plateformes et à l'établissement de contacts avec des influenceurs, ainsi qu'à des activités de suivi et d'analyse menées en continu à des fins d'information. Le rattachement de la Section des médias sociaux au Service des campagnes de communication assurerait une meilleure utilisation des ressources car il réduirait les chevauchements et renforcerait la collaboration, en particulier avec les centres d'information des Nations Unies, et permettrait de regrouper et de réorganiser les comptes sur les médias sociaux et les activités y relatives, et d'harmoniser et de restructurer les contenus informatifs diffusés sur les plateformes de médias sociaux qu'utilise le Département, notamment grâce à des outils tels que Talkwalker. Il permettrait également d'améliorer l'efficacité des échanges avec les populations locales au moyen de la production de supports et de messages de campagne optimisés et mieux adaptés sur les réseaux sociaux. Le rattachement de la Section permettrait également de renforcer les activités multilingues du Département grâce à une collaboration plus étroite avec les centres d'information des Nations Unies ;

Renforcement de la présence sur le terrain du Département de la communication globale afin de mieux appuyer la mise en œuvre de la stratégie de communication globale de l'Organisation des Nations Unies

- b. Pour renforcer la capacité de son réseau de 59 centres d'information et soutenir l'application de la stratégie de communication globale dans l'ensemble des 129 bureaux des coordonnatrices et coordonnateurs résidents, le Département a collaboré avec le Bureau de coordination du développement pour donner des conseils stratégiques et thématiques au personnel chargé de la communication sur le terrain et favoriser les échanges entre pairs. Les membres du personnel recruté sur le plan international des bureaux extérieurs du Département continuent d'apporter un soutien dans les pays où il n'existe pas de centre d'information des Nations Unies, aux niveaux tant régional que sous-régional. Au niveau sous-régional, 25 des plus grands centres d'information continuent de donner des conseils, de diffuser les meilleures pratiques, d'examiner le travail et d'encadrer les responsables de la communication des centres d'information et des bureaux des coordonnateurs résidents des pays situés à proximité, tandis que des centres d'information spécifiques se consacrent au renforcement du multilinguisme par

l'intermédiaire du réseau. Dans ses résolutions 75/101 A et B, l'Assemblée générale a souligné qu'il importait de rationaliser le réseau de centres d'information des Nations Unies et prié le Secrétaire général de continuer à faire des propositions dans ce sens, notamment en déployant des ressources, si nécessaire. Conformément à cette demande, et sur la base de l'examen en cours de ses opérations sur le terrain, le Département propose un certain nombre de changements relatifs aux postes pour tenir compte de la nécessité de structurer son personnel de terrain afin de mieux répondre aux exigences d'un réseau de communication mondial, moderne et multilingue, qui s'est révélé être encore plus essentiel depuis l'apparition de l'épidémie de COVID-19. Les changements qu'il est proposé d'apporter aux postes entraîneront une diminution nette de 97 300 dollars, qui s'explique comme suit :

- Transfert d'un poste de spécialiste de l'information (P-3) du centre d'information de Dar es-Salaam (République-Unie de Tanzanie) vers le centre d'information de Nairobi en vue de renforcer les capacités de celui-ci en tant que centre régional d'appui à la mise en œuvre de la stratégie de communication globale. Le mandat du centre d'information de Nairobi couvre le Kenya, les Seychelles et l'Ouganda. Grâce à ce transfert, le centre pourrait apporter un appui stratégique encore plus efficace : a) aux coordonnateurs résidents et aux équipes de pays des Nations Unies dans six autres pays ; b) au Bureau de la Directrice générale de l'Office des Nations Unies à Nairobi ; c) au Programme des Nations Unies pour l'environnement ; d) au Programme des Nations Unies pour les établissements humains (ONU-Habitat) et e) à l'Office des Nations Unies à Nairobi, notamment au Service des visiteurs, pour ce qui est de la mise en œuvre de la stratégie de communication globale. Il aboutirait également à une meilleure harmonisation entre le centre d'information de Nairobi et les centres d'information des bureaux du Département situés dans d'autres centres de conférence, tels que Genève et Vienne. Par ailleurs, il permettrait d'uniformiser la dotation en effectifs du centre d'information de Dar es-Salaam avec celle d'autres bureaux extérieurs, tels que ceux de Harare, Khartoum et Tunis. Ce transfert entraînerait une diminution de 4 200 dollars.
- Transformation d'un poste de spécialiste de l'information (P-4) en poste de spécialiste de l'information (adjoint(e) de 1^{re} classe) (administrateur(trice) recruté(e) sur le plan national) au centre d'information des Nations Unies du Caire, afin d'harmoniser la dotation en effectifs de ce centre avec celles d'autres grands centres d'information comme ceux de New Delhi, Tokyo et Moscou. Le centre d'information du Caire, qui couvre l'Égypte et l'Arabie saoudite, compte actuellement sept fonctionnaires (1 D-1, 1 P-4 et 5 AL). La transformation d'un poste de spécialiste de l'information, soumis à recrutement international, en poste soumis à recrutement national, aiderait le centre d'information du Caire à interagir avec les populations locales et à mieux les connaître ainsi que les médias sociaux qu'elles utilisent, de manière à élaborer des contenus Web et des supports de communication pour l'ONU qui soient adaptés au contexte et à continuer de consolider la mise en œuvre de la stratégie de communication globale. Cette transformation entraînerait une diminution de 158 600 dollars.
- Suppression d'un poste de chauffeur (agent local) au centre d'information de Buenos Aires, qui n'en a plus l'utilité. Cette suppression permettrait également d'harmoniser la dotation en effectifs du centre d'information de Buenos Aires avec celles des centres d'information d'autres bureaux extérieurs du Département dans la région, comme ceux de Bogota et de Port of Spain, et entraînerait une diminution de 43 600 dollars.
- Reclassement de P-4 à P-5 de quatre postes de Directeur(trice) des centres d'information des Nations Unies de Port of Spain, de Beyrouth, de Rabat et de

Téhéran, afin de traduire la nécessité pour les centres d'information de jouer, à l'échelon sous-régional, un rôle analogue à celui d'autres centres d'information dirigés par des fonctionnaires de la classe P-5. Ce reclassement contribuerait à harmoniser les dotations en effectifs des centres d'information et à mettre en place un réseau mondial de bureaux extérieurs en vue de mieux épauler les coordonnateurs résidents et les équipes de pays, notamment en ce qui concerne la mise en œuvre de la stratégie de communication globale dans plusieurs pays. À l'instar des autres centres d'information ayant à leur tête des fonctionnaires de la classe P-5, les directeurs de ces quatre centres fourniraient aux coordonnateurs résidents et aux équipes de pays présents dans la sous-région un appui en matière de stratégie et de communication de crise. Le centre d'information de Beyrouth couvrira quatre pays et collaborera avec la Commission économique et sociale pour l'Asie occidentale ; le centre d'information de Rabat fournira un appui à cinq pays de la région du Maghreb ; le centre d'information de Téhéran couvrira quatre pays similaires au Bahreïn ; et le centre d'information de Port of Spain, de la même dimension que les centres d'information de Bogota, de Lagos, du Nigéria, de Dakar, d'Islamabad, de Jakarta et de Canberra, ajoutera Haïti aux 18 pays et territoires des Caraïbes et aux six bureaux des coordonnateurs résidents qu'il couvre déjà. Cette proposition entraînerait une augmentation de 109 100 dollars.

- ii) La diminution nette de 58 000 dollars au titre des objets de dépense autres que les postes comprend des réductions au titre des voyages du personnel (17 500 dollars) et des frais généraux de fonctionnement (74 100 dollars), partiellement compensées par des augmentations au titre des autres dépenses de personnel (23 400 dollars) et des services contractuels (10 200 dollars). La diminution globale de 91 600 dollars au titre des voyages du personnel et des frais généraux de fonctionnement tient principalement aux mesures qui ont été prises pour pérenniser les nouvelles méthodes de travail et pratiques mises en place pendant la pandémie de COVID-19, ainsi qu'à la réduction des effectifs des bibliothèques des centres d'information. Ces mesures consistent notamment à avoir davantage recours aux visioconférences et aux plateformes virtuelles pour participer aux réunions, pour remplacer les réunions en présentiel, ainsi qu'aux plateformes numériques pour mener à bien des campagnes de communication stratégique, des services d'information et des programmes d'information. En outre, la diffusion des ressources des Nations Unies au format numérique, notamment par l'intermédiaire des services de la Bibliothèque Dag Hammarskjöld, tels que la Bibliothèque numérique des Nations Unies et le service de recherche interactif « Demandez à Dag », qui a permis de réduire le nombre de services de bibliothèque physiques dans ses centres d'information, entraînerait une réduction des effectifs des bibliothèques des centres d'information. Cette diminution est en partie contrebalancée par l'augmentation proposée de 33 600 dollars au titre des autres dépenses de personnel et des services contractuels pour financer le recrutement d'un(e) Volontaire des Nations Unies au centre d'information de Rabat et couvrir les frais supplémentaires liés aux services de traitement des données. Le (la) Volontaire des Nations Unies contribuerait à la création de supports de communication multilingues et aiderait le centre d'information de Rabat à traduire les principaux supports d'information en arabe, en vue de leur diffusion auprès du public arabophone par l'intermédiaire des réseaux du centre d'information et du Bureau de la Coordonnatrice résidente, dans le cadre de la stratégie de communication globale ;
- c) **Sous-programme 2 (Services d'information).** La diminution de 3 202 100 dollars s'explique comme suit :
 - i) une diminution de 3 127 100 dollars au titre des postes, qui tient à la perte de 23 postes par transfert [1 P-5, 1 P-4, 10 P-3, 2 P-2/1 et 9 G(AC)] qui seraient cédés par la Section des médias sociaux au Service des campagnes de communication au titre du sous-

programme 1 (Services de communication stratégique), comme expliqué au paragraphe 28.93 b) i) a. ;

- ii) une diminution de 75 000 dollars au titre des voyages du personnel (10 700 dollars) et des frais généraux de fonctionnement (64 300 dollars), qui tient principalement aux mesures qui ont été prises pour pérenniser les nouvelles méthodes de travail et pratiques mises en place pendant la pandémie de COVID-19, parmi lesquelles le recours accru aux visioconférences et aux plateformes virtuelles pour participer aux réunions, pour remplacer les réunions en présentiel ; le recours accru aux plateformes numériques pour mener à bien des campagnes de communication stratégique, des services d'information et des programmes d'information ; et la réduction des dépenses liées aux abonnements aux services de suivi des médias ;
- d) **Sous-programme 3 (Services de diffusion et de partage du savoir).** La diminution de 42 500 dollars au titre des services contractuels s'explique principalement par les mesures qui ont été prises pour pérenniser les nouvelles méthodes de travail et pratiques mises en place pendant la pandémie de COVID-19, parmi lesquelles l'organisation d'activités d'information sur des plateformes virtuelles, y compris des séances d'information à l'intention de la société civile, des programmes consacrés à la mémoire de l'esclavage et de l'Holocauste ou encore la Journée internationale de la paix, ce qui devrait entraîner une réduction des dépenses liées à la tenue de manifestations en présentiel au Siège de l'Organisation des Nations Unies ;
- e) **Appui au programme.** La diminution de 7 900 dollars au titre des fournitures et accessoires s'explique principalement par les mesures qui ont été prises pour pérenniser les nouvelles méthodes de travail et pratiques mises en place pendant la pandémie de COVID-19, parmi lesquelles la réduction de la dépendance à l'égard des documents imprimés et des fournitures utilisés pour les réunions en présentiel, qui se tiendront désormais virtuellement.

Quotes-parts hors budget ordinaire et ressources extrabudgétaires

- 28.94 Comme le montrent les tableaux 28.12 2) et 28.13 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 2022, il est prévu de recevoir des quotes-parts hors budget ordinaire d'un montant estimé à 888 000 dollars, qui permettra de financer quatre postes. Elles sont en augmentation de 15 000 dollars par rapport au montant qui était prévu pour 2021, ce qui s'explique principalement par la révision des coûts salariaux standard et des estimations de dépenses afférentes aux voyages pour 2022, qui tient compte des destinations et des durées prévues des voyages, 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^{er} juillet 2021 au 30 juin 2022 ([A/75/785](#)). Les quotes-parts hors budget ordinaire représentent 0,8 % des ressources totales du présent chapitre.
- 28.95 Comme le montrent les tableaux 28.12 3) and 28.13 3), le Département devrait continuer de recevoir des ressources extrabudgétaires en espèces et en nature, qui compléteront les ressources du budget ordinaire et seront cruciales pour l'exécution de ses mandats. En 2022, il est prévu de recevoir des ressources extrabudgétaires d'un montant estimé à 9 939 500 dollars, qui permettra de financer 11 postes, comme indiqué dans le tableau 28.13 3), ainsi que les autres objets de dépense. Elles serviront essentiellement à financer les activités de renforcement des capacités du Département, à soutenir un projet pilote visant à ajouter l'hindi parmi les langues dans lesquelles le Département fournit des services multimédias complets, et à mener des activités d'appui liées à la publication intitulée United Nations Development Business, au Bureau de l'Envoyée du Secrétaire général pour la jeunesse et au Consortium du système des Nations Unies pour l'acquisition d'informations électroniques. Les ressources extrabudgétaires représentent 9,1 % des ressources totales du programme. D'une valeur estimée à 1 146 300 dollars, les contributions en nature qu'il est prévu de recevoir prendront la forme de locaux mis gracieusement à la disposition des centres d'information des Nations Unies.

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

Direction exécutive et administration

- 28.97 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 confiés au Département et du programme de travail approuvé, tant au Siège que sur le terrain. Elle établit la stratégie, 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.
- 28.98 Le Département continuera de prêter une attention soutenue à l'évaluation et à l'analyse. Le Bureau de la Secrétaire générale adjointe 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, qui évalue l'efficacité et les effets des programmes et activités, mesure les effets et la portée des activités de communication et recueille des données sur les publics ciblés, conformément à la stratégie de communication globale de l'ONU. Le Groupe de la recherche en matière d'évaluation et de communication 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.
- 28.99 Comme prévu dans le Programme de développement durable à l'horizon 2030, en particulier dans les objectifs 12 (Établir des modes de consommation et de production durables) et 13 (Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions), 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 adoptera également 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 afin de réduire autant que possible le nombre de déplacements. En outre, le Département continuera de soutenir la communication interne et externe sur les mesures prises par le système des Nations Unies au Siège de l'Organisation, ainsi que dans les lieux d'affectation et les missions, en faveur de la durabilité environnementale, et encouragera les membres du personnel à rejoindre la campagne Agissons et d'autres initiatives du Secrétariat axées sur les actions individuelles liées aux changements climatiques et au développement durable.
- 28.100 On trouvera dans le tableau 28.15 des informations sur le respect des délais de soumission de la documentation et d'achat des billets d'avion. La pandémie de COVID-19 a eu des répercussions sur le respect des délais d'achat des billets d'avion en 2020. Le Département continuera toutefois de demander aux voyageurs et voyageuses de demander l'autorisation de la Secrétaire générale adjointe 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 examinera de près les demandes de dérogation et communiquera régulièrement avec le personnel et les cadres pour les sensibiliser à l'existence des directives et au fait qu'il importe de réduire le nombre de dérogations au minimum.

Titre VII Communication globale

Tableau 28.15
Respect des délais

(En pourcentage)

	2019 (taux effectif)	2020 (taux effectif)	2021 (taux prévu)	2022 (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	56	48	100	100

28.101 Les ressources qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2022 s'élèvent à 2 601 200 dollars et font apparaître une augmentation de 119 500 dollars par rapport aux crédits ouverts pour 2021. On trouvera au paragraphe 28.93 a) 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 dans la figure 28.X.

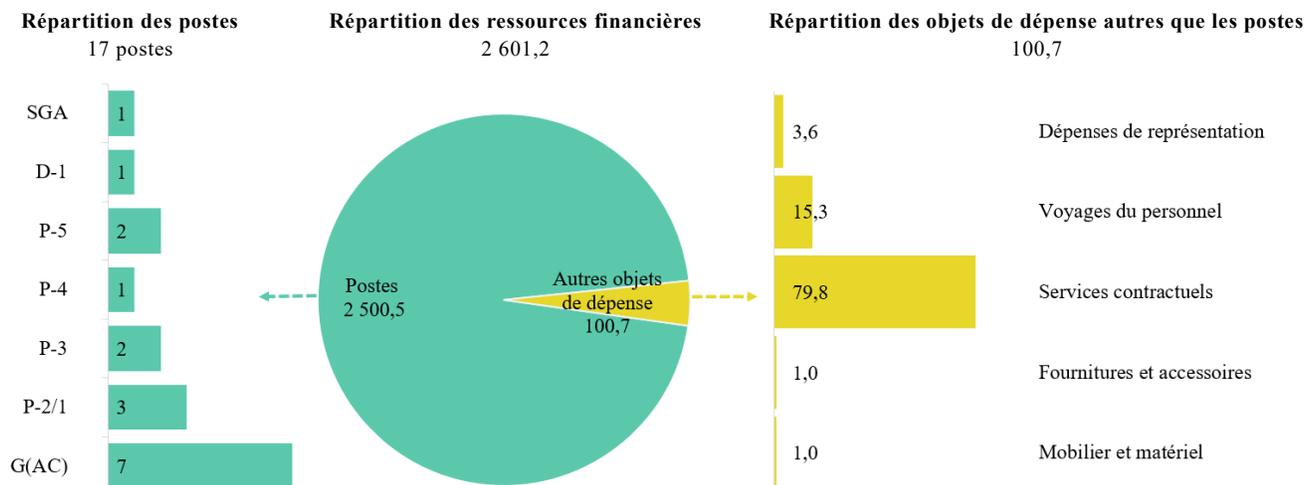
Tableau 28.16
Direction exécutive et administration : évolution des ressources financières et des postes

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

	2020 (dépenses effectives)	2021 (crédits ouverts)	Changements				Total	Pourcentage	2022 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements				
Ressources financières, par grande catégorie de dépenses									
Postes	1 755,4	2 375,7	–	–	124,8	124,8	5,3	2 500,5	
Autres objets de dépense	957,7	106,0	–	–	(5,3)	(5,3)	(5,0)	100,7	
Total	2 713,0	2 481,7	–	–	119,5	119,5	4,8	2 601,2	
Postes, par catégorie									
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		9	–	–	1	1	–	10	
Agents des services généraux et des catégories apparentées		7	–	–	–	–	–	7	
Total		16	–	–	1	1	–	17	

Figure 28.X
Direction exécutive et administration : répartition des ressources proposées pour 2022 (avant actualisation des coûts)

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

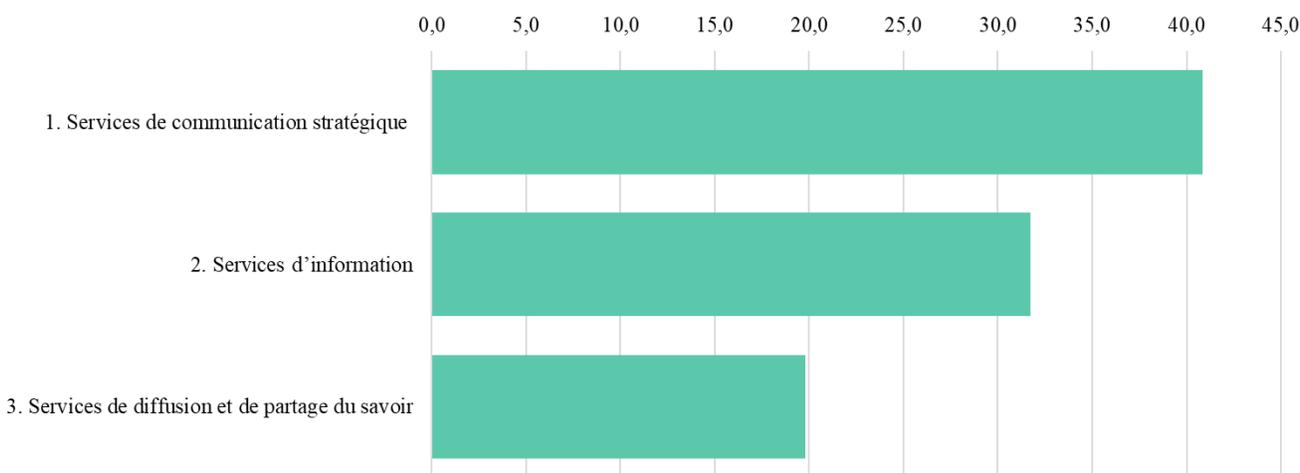


Programme de travail

28.102 Les ressources qu’il est proposé d’inscrire au budget ordinaire pour 2022 s’élèvent à 92 374 200 dollars et font apparaître une diminution de 512 200 dollars par rapport aux crédits ouverts pour 2021. On trouvera aux paragraphes 28.91 à 28.93 des explications sur l’augmentation qui est proposée. On trouvera un récapitulatif de la répartition des ressources par sous-programme dans la figure 28.XI.

Figure 28.XI
Répartition des ressources proposées pour 2022, par sous-programme

(En millions de dollars des États-Unis)



Sous-programme 1 Services de communication stratégique

28.103 Les ressources qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2022 s'élèvent à 40 859 300 dollars et font apparaître une augmentation de 2 841 800 dollars par rapport aux crédits ouverts pour 2021. On trouvera des renseignements supplémentaires sur la répartition des ressources demandées dans le tableau 28.17 et dans la figure 28.XII.

Tableau 28.17

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

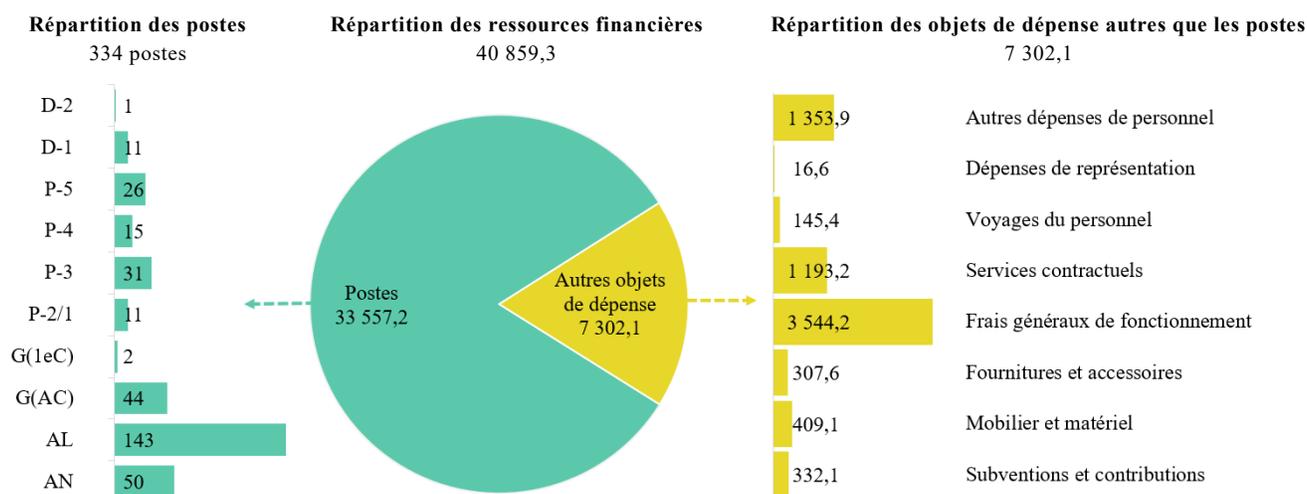
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2020 (dépenses effectives)	2021 (crédits ouverts)	Changements				Total	Pourcentage	2022 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements				
Ressources financières, par grande catégorie de dépenses									
Postes	27 938,3	30 527,4	–	–	3 029,8	3 029,8	9,9	33 557,2	
Autres objets de dépense	4 698,5	7 490,1	(130,0)	–	(58,0)	(188,0)	(2,5)	7 302,1	
Total	32 636,8	38 017,5	(130,0)	–	2 971,8	2 841,8	7,5	40 859,3	
Postes, par catégorie									
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		82	–	–	13	13	15,9	95	
Agents des services généraux et des catégories apparentées		230	–	–	9	9	3,9	239	
Total		312	–	–	22	22	7,1	334	

Figure 28.XII

Sous-programme 1 : répartition des ressources proposées pour 2022 (avant actualisation des coûts)

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



Quotes-parts hors budget ordinaire et ressources extrabudgétaires

- 28.104 Il est prévu de recevoir des quotes-parts hors budget ordinaire d'un montant estimé à 572 300 dollars, 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 ; à organiser des formations ; à mettre à jour les plateformes numériques et les plateformes Web et à aider les missions lors des phases de démarrage et de réduction des effectifs. L'augmentation prévue de 11 800 dollars s'explique principalement par la révision des coûts salariaux et des estimations de dépenses afférentes aux voyages pour 2022, qui tient compte des destinations et des durées prévues des voyages, 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^{er} juillet 2021 au 30 juin 2022.
- 28.105 Il est prévu de recevoir des ressources extrabudgétaires d'un montant estimé à 414 000 dollars, qui permettra de financer les objets de dépense autres que les postes. Elles serviront essentiellement à des activités d'appui, y compris à des campagnes de communication spécifiques aux pays donateurs.

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

- 28.106 Les ressources qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2022 s'élèvent à 31 719 100 dollars et font apparaître une diminution de 3 311 500 dollars par rapport aux crédits ouverts pour 2021. On trouvera des renseignements supplémentaires sur la répartition des ressources demandées dans le tableau 28.18 et la figure 28.XIII.

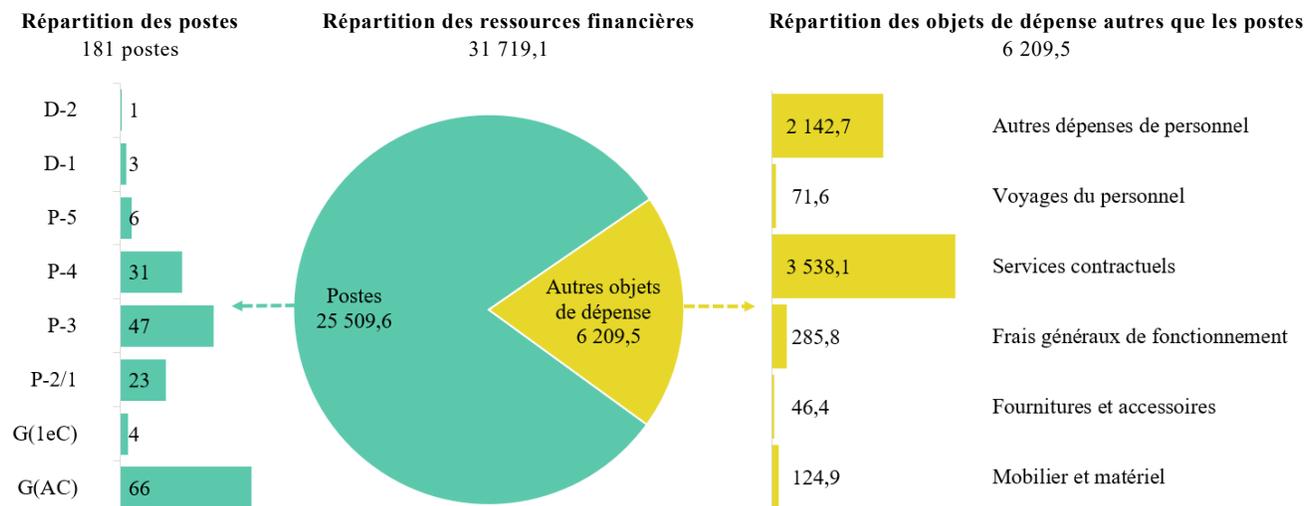
Tableau 28.18

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

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

	2020 (dépenses effectives)	2021 (crédits ouverts)	Changements				Total	Pourcentage	2022 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements				
Ressources financières, par grande catégorie de dépenses									
Postes	27 538,3	28 636,7	–	–	(3 127,1)	(3 127,1)	(10,9)	25 509,6	
Autres objets de dépense	6 017,0	6 393,9	(112,3)	2,9	(75,0)	(184,4)	(2,9)	6 209,5	
Total	33 555,2	35 030,6	(112,3)	2,9	(3 202,1)	(3 311,5)	(9,5)	31 719,1	
Postes, par catégorie									
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		125	–	–	(14)	(14)	(11,2)	111	
Agents des services généraux et des catégories apparentées		79	–	–	(9)	(9)	(11,4)	70	
Total		204	–	–	(23)	(23)	(11,3)	181	

Figure 28.XIII
Sous-programme 2 : répartition des ressources proposées pour 2022 (avant actualisation des coûts)
 (En nombre de postes/milliers de dollars des États-Unis)



Quotes-parts hors budget ordinaire et ressources extrabudgétaires

- 28.107 Il est prévu de recevoir des quotes-parts hors budget ordinaire d'un montant estimé à 315 700 dollars, qui permettra de financer deux postes [1 P-2/1 et 1 G(AC)] et les objets de dépense autres que les postes. Elles serviront essentiellement à des activités d'appui, concernant par exemple la diffusion de récits et l'hébergement de vidéos portant sur des questions intéressant le maintien de la paix. L'augmentation prévue de 3 200 dollars s'explique principalement par la révision des coûts salariaux pour 2022, 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^{er} juillet 2021 au 30 juin 2022.
- 28.108 Il est prévu de recevoir des ressources extrabudgétaires d'un montant estimé à 1 706 500 dollars. Ces ressources serviront essentiellement à appuyer des activités multimédias de fond en hindi.

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

- 28.109 Les ressources qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2022 s'élèvent à 19 795 800 dollars et font apparaître une diminution de 42 500 dollars par rapport aux crédits ouverts pour 2021. On trouvera des renseignements supplémentaires sur la répartition des ressources demandées dans le tableau 28.19 et dans la figure 28.XIV.

Tableau 28.19

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

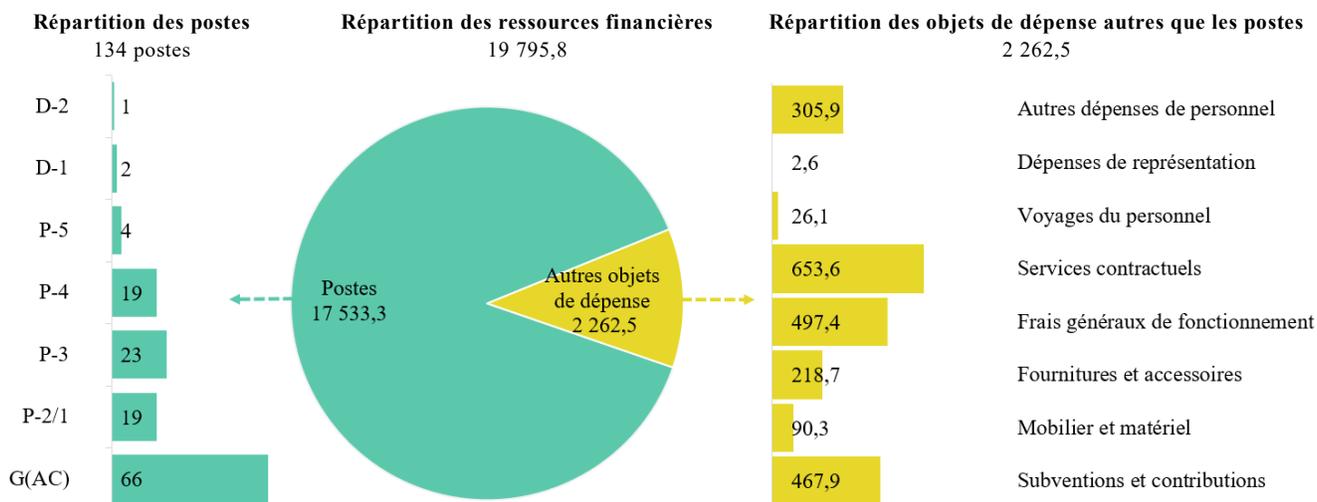
(En milliers de dollars des États-Unis/nombre de postes)

	2020 (dépenses effectives)	2021 (crédits ouverts)	Changements					2022 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements	Total	Pourcentage	
Ressources financières, par grande catégorie de dépenses								
Postes	17 823,0	17 533,3	–	–	–	–	–	17 533,3
Autres objets de dépense	1 546,2	2 305,0	–	–	(42,5)	(42,5)	(1,8)	2 262,5
Total	19 369,2	19 838,3	–	–	(42,5)	(42,5)	(0,2)	19 795,8
Postes, par catégorie								
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		68	–	–	–	–	–	68
Agents des services généraux et des catégories apparentées		66	–	–	–	–	–	66
Total		134	–	–	–	–	–	134

Figure 28.XIV

Sous-programme 3 : répartition des ressources proposées pour 2022 (avant actualisation des coûts)

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



Ressources extrabudgétaires

28.110 Il est prévu de recevoir des ressources extrabudgétaires d'un montant estimé à 7 099 200 dollars, 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'Envoyée du Secrétaire général pour la jeunesse et au Consortium du système des Nations Unies pour l'acquisition d'informations électroniques.

Appui au programme

28.111 Le Service administratif fournit les services centralisés d'administration, de gestion et d'appui au programme nécessaires à l'exécution des activités dont le Département est chargé. Il aide la Secrétaire générale adjointe : à établir le plan-programme et les priorités ; à établir et administrer le budget-programme et à en contrôler l'exécution ainsi qu'à gérer les quotes-parts hors budget ordinaire et les ressources extrabudgétaires ; à fournir les services d'appui nécessaires à la bonne gestion des ressources humaines ; et à assurer la planification, le contrôle et la coordination des ressources nécessaires à l'administration générale. Il s'occupe également des besoins informatiques du Département, notamment en ce qui concerne la maintenance et le remplacement du matériel et des logiciels.

28.112 Les ressources qu'il est proposé d'inscrire au budget ordinaire pour 2022 s'élèvent à 3 690 100 dollars et font apparaître une diminution de 7 900 dollars par rapport aux crédits ouverts pour 2021. On trouvera au paragraphe 28.93 e) des explications sur la diminution qui est proposée. On trouvera des renseignements supplémentaires sur la répartition des ressources demandées dans le tableau 28.20 et la figure 28.XV.

Tableau 28.20

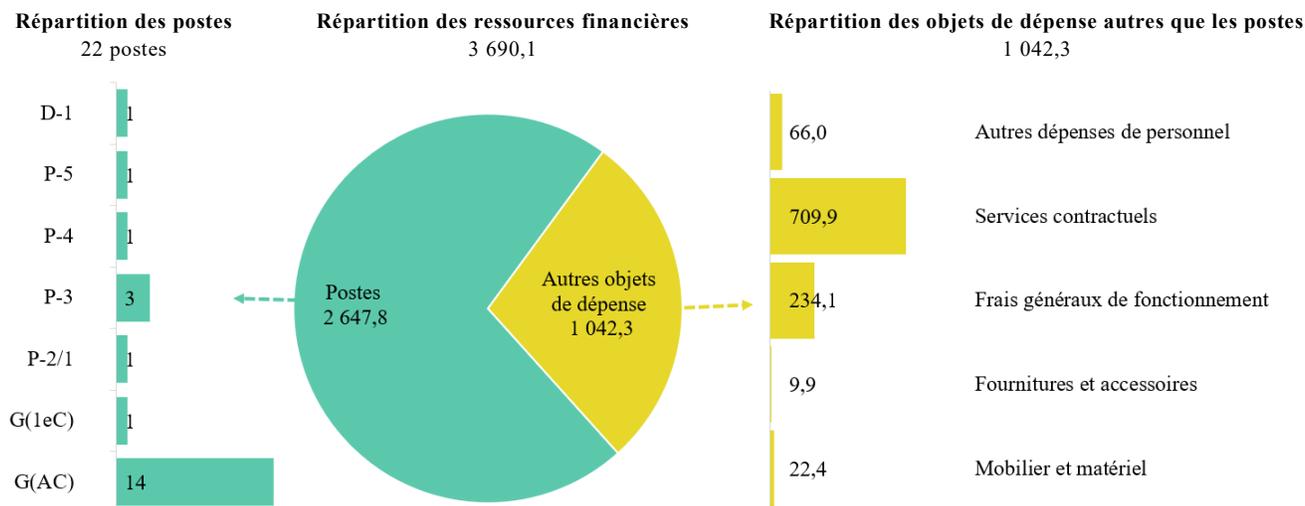
Appui au programme : évolution des ressources financières et des postes

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

	2020 (dépenses effectives)	2021 (crédits ouverts)	Changements				Total	Pourcentage	2022 (prévisions avant actualisation des coûts)
			Ajustements techniques	Nouveaux mandats et mandats élargis	Autres changements				
Ressources financières, par grande catégorie de dépenses									
Postes	2 601,0	2 647,8	–	–	–	–	–	2 647,8	
Autres objets de dépense	1 922,3	1 050,2	–	–	(7,9)	(7,9)	(0,8)	1 042,3	
Total	4 523,3	3 698,0	–	–	(7,9)	(7,9)	(0,2)	3 690,1	
Postes, par catégorie									
Administrateurs et fonctionnaires de rang supérieur		7	–	–	–	–	–	7	
Agents des services généraux et des catégories apparentées		15	–	–	–	–	–	15	
Total		22	–	–	–	–	–	22	

Figure 28.XV
Appui au programme : répartition des ressources proposées pour 2022 (avant actualisation des coûts)

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

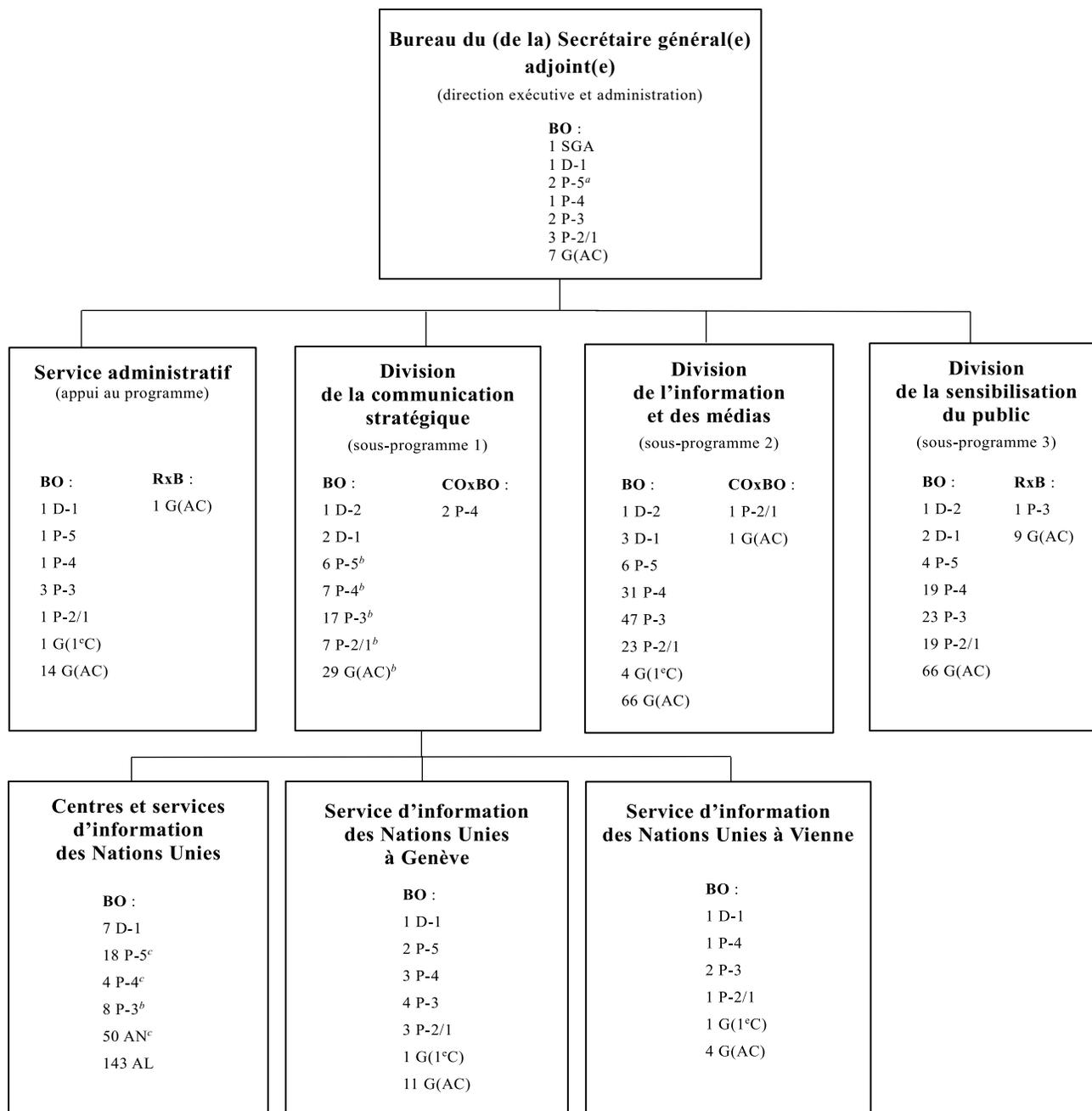


Ressources extrabudgétaires

28.113 Il est prévu de recevoir des ressources extrabudgétaires d’un montant estimé à 719 800 dollars, 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.

Annexe I

Organigramme et répartition des postes 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^{re} classe) ; G(AC) = agent(e) des services généraux (Autres classes) ; RxB = ressources extrabudgétaires ; SGA = secrétaire général(e) adjoint(e).

^a Création d'un poste de spécialiste hors classe de l'information (P-5).

^b Transfert de 23 postes [(1 P-5, 1 P-4, 10 P-3, 2 P-2 et 9 G(AC))] cédés au sous-programme 1 par le sous-programme 2 et de 1 poste de P-3 cédé au Centre d'information des Nations Unies à Nairobi par le Centre d'information des Nations Unies à Dar es-Salaam (République-Unie de Tanzanie).

^c Reclassement de quatre postes de directeur(trice) de centre d'information des Nations Unies de P-4 à P-5 et transformation d'un poste de spécialiste de l'information (P-4) en poste de spécialiste de l'information (adjoint(e) de 1^{re} classe).

Annexe II

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

Résumé de la recommandation

Suite donnée à la recommandation

Comité consultatif pour les questions administratives et budgétaires

[A/75/7](#) et [A/75/7/Corr.1](#)

Le Comité consultatif se félicite des progrès accomplis et compte que le Secrétaire général continuera de rendre compte de tout fait nouveau dans les futurs projets de budget (par. VII.14).

Comme indiqué dans la partie consacrée au récapitulatif des changements relatifs aux ressources (voir par. 28.93 b) ii) du présent rapport), le Département a renforcé sa capacité en matière de diffusion de ressources au format numérique, notamment par l'intermédiaire de la Bibliothèque Dag Hammarskjöld, ce qui lui a permis de réduire le nombre de services de bibliothèque physiques dans ses centres d'information. Ces trois dernières années, la réduction des effectifs a permis d'économiser environ 150 900 dollars par an. Ces économies seraient partiellement contrebalancées par les dépenses liées aux locaux des centres d'information ne bénéficiant plus de subventions publiques (40 000 dollars), de sorte que le montant net des économies réalisées s'élèverait à 110 900 dollars, ce qui est conforme à la réduction attendue des frais généraux de fonctionnement grâce aux efforts déployés pour reconstruire en mieux.

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	Création de 1 poste de spécialiste hors classe de l'information	L'objectif est de renforcer la planification, la coordination et la collaboration en matière de communication stratégique afin de maximiser l'incidence des activités de communication globale. La planification, la coordination et la collaboration en matière de communication stratégique sont au cœur de la mise en œuvre de la stratégie de communication globale de l'Organisation des Nations Unies. La fonction de planification, de coordination et de collaboration, qui s'appuierait sur un système de planification de type « grille » cartographiant dans le temps les principaux événements et occasions, consisterait à : a) permettre au Département d'établir des prévisions plus précises concernant des enjeux prioritaires mondiaux et recenser les occasions qui s'offrent à l'ONU de faire passer efficacement des messages sur fond d'environnement médiatique chargé ; b) consolider, rationaliser et orienter la capacité de production de sorte que les programmes et les activités du Département soient conformes aux priorités thématiques ; c) améliorer la coordination, accroître la diffusion des messages clefs et étendre la mise en œuvre des campagnes multilingues en collaborant avec l'ensemble du système des Nations Unies et en intervenant au niveau des pays, par l'intermédiaire des centres d'information des Nations Unies et du système des coordonnatrices et coordonnateurs résidents ; d) atténuer les risques en suivant les nouvelles questions et les menaces qui pèsent sur la réputation de l'Organisation et en proposant une stratégie ciblée de communication de crise.
Sous-programme 1 (Services de communication stratégique)	(1)	AL	Suppression de 1 poste de chauffeur(euse)	Le poste qu'il est proposé de supprimer concerne le centre d'information des Nations Unies de Buenos Aires, qui n'en a plus l'utilité. Cette suppression permettrait également d'harmoniser la dotation en effectifs du centre avec celle des centres d'information d'autres bureaux extérieurs du Département dans la région, comme ceux de Bogota et de Port of Spain.
	(1)	P-4	Transformation de 1 poste de spécialiste de l'information (P-4) en poste de spécialiste de l'information (adjoint(e) de 1 ^{re} classe) (AN)	La transformation d'un poste de spécialiste de l'information (P-4) en poste de spécialiste de l'information (adjoint(e) de 1 ^{re} classe) (AN), qui concerne le centre d'information des Nations Unies du Caire, permettrait d'harmoniser la dotation en effectifs de ce centre avec celle d'autres grands centres d'information comme ceux de New Delhi, Tokyo et Moscou. Le centre d'information du Caire, qui couvre l'Égypte et l'Arabie saoudite, compte actuellement sept fonctionnaires (1 D-1, 1 P-4 et 5 AL). La transformation d'un poste de spécialiste de l'information, soumis à recrutement international, en poste soumis à recrutement national aiderait ce
	1	AN		

<i>Composante/sous-programme</i>	<i>Postes</i>	<i>Classe</i>	<i>Description</i>	<i>Justification</i>
				centre à interagir avec les populations locales et à mieux les connaître ainsi que les médias sociaux qu'elles utilisent, de manière à élaborer pour l'ONU des contenus Web et des supports de communication qui soient adaptés au contexte et à continuer de consolider la mise en œuvre de la stratégie de communication globale.
	(4)	P-4	Reclassement de P-4 à P-5 de 4 postes de directeur(trice) de centre d'information des Nations Unies	Le reclassement de P-4 à P-5 de quatre postes de directeur(trice) des centres d'information des Nations Unies de Port of Spain, de Beyrouth, de Rabat et de Téhéran traduit la nécessité pour ces centres de jouer à l'échelon sous-régional un rôle analogue à celui d'autres centres d'information dirigés par des fonctionnaires de la classe P-5. Il contribuerait à harmoniser leurs dotations en effectifs et à mettre en place un réseau mondial de bureaux extérieurs en vue de mieux épauler les coordonnateurs résidents et les équipes de pays des Nations Unies, notamment en ce qui concerne la mise en œuvre de la stratégie de communication globale dans plusieurs pays. Comme leurs homologues de la classe P-5, les directeurs de ces quatre centres fourniraient aux coordonnateurs résidents et aux équipes de pays présents dans la sous-région un appui en matière de stratégie et de communication de crise.
	4	P-5		
	1	P-3	Transfert de 1 poste de spécialiste de l'information cédé par le centre d'information de Dar es-Salaam au centre d'information de Nairobi	L'objectif est de renforcer les capacités du centre d'information des Nations Unies à Nairobi, pour qu'il accompagne, en sa qualité de centre régional, la mise en œuvre de la stratégie de communication globale. Le mandat du centre d'information de Nairobi couvre le Kenya, les Seychelles et l'Ouganda. Grâce à ce transfert, il pourrait apporter un appui stratégique encore plus efficace : a) aux coordonnateurs résidents et aux équipes de pays des Nations Unies dans six autres pays ; b) au Bureau de la Directrice générale de l'Office des Nations Unies à Nairobi ; c) au Programme des Nations Unies pour l'environnement ; d) au Programme des Nations Unies pour les établissements humains (ONU-Habitat) et e) à l'Office des Nations Unies à Nairobi, notamment au Service des visiteurs, pour ce qui est de la mise en œuvre de la stratégie de communication globale. Il contribuerait également à une meilleure harmonisation entre le centre d'information de Nairobi et les centres d'information des bureaux du Département situés dans d'autres centres de conférence, tels que Genève et Vienne. Par ailleurs, il permettrait d'uniformiser la dotation en effectifs du centre d'information de Dar es-Salaam avec celle d'autres bureaux extérieurs, tels que ceux de Harare, Khartoum et Tunis.
Sous-programme 1 (Services de communication stratégique)	1	P-5	Transfert de 1 poste de spécialiste hors classe de l'information	Cette proposition fait suite au rattachement de la Section des médias sociaux [sous-programme 2 (Services d'information)] au Service des campagnes de communication. Les fonctions des titulaires des 23 postes resteraient inchangées. Ce transfert
	1	P-4	Transfert de 1 poste de spécialiste de l'information	

Titre VII Communication globale

<i>Composante/sous-programme</i>	<i>Postes</i>	<i>Classe</i>	<i>Description</i>	<i>Justification</i>
Sous-programme 2 (Services d'information)	10	P-3	Transfert de 10 postes de spécialiste de l'information	favoriserait la pleine intégration et l'utilisation efficace des principales plateformes de médias sociaux dans le cadre de différentes campagnes de l'ONU sur des thèmes prioritaires, parallèlement à la poursuite de la promotion des contenus d'actualité de l'Organisation. La stratégie de communication globale facilite la transition vers les activités de communication au service d'une cause, qui visent à frapper l'imagination et à inciter à l'action. Une des clefs de la réussite de ce type de communication tient au rôle stratégique central que jouent les médias sociaux pour mobiliser des individus dans le monde entier, notamment grâce à l'utilisation des comptes de l'ONU sur les médias sociaux, à des partenariats avec les principales plateformes et à l'établissement de contacts avec des influenceurs, ainsi qu'à des activités de suivi et d'analyse menées en continu à des fins d'information. Le rattachement de la Section des médias sociaux au Service des campagnes de communication assurerait une meilleure utilisation des ressources, car il limiterait les doubles emplois et renforcerait la collaboration, en particulier avec les centres d'information des Nations Unies, et permettrait de regrouper et de réorganiser les comptes sur les médias sociaux et les activités y relatives, et d'harmoniser et de restructurer les contenus informatifs diffusés sur les plateformes de médias sociaux qu'utilise le Département, notamment grâce à des outils tels que Talkwalker.
	2	P-2	Transfert de 2 postes de spécialiste de l'information (adjoint(e) de 1 ^{re} classe)	
	9	G(AC)	Transfert de 9 postes d'assistant(e) d'information	
	(1)	P-5	Transfert de 1 poste de spécialiste hors classe de l'information	
	(1)	P-4	Transfert de 1 poste de spécialiste de l'information	
	(10)	P-3	Transfert de 10 postes de spécialiste de l'information	
	(2)	P-2	Transfert de 2 postes de spécialiste de l'information (adjoint(e) de 1 ^{re} classe)	
	(9)	G(AC)	Transfert de 9 postes d'assistant(e) d'information	

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