



CAMPAGNE #CULTURE2030GOAL CADRE DE GOUVERNANCE

ADOPTÉ LE 24 OCTOBRE 2024

I. VISION, MISSION ET OBJECTIFS	2
1. VISION	2
2. MISSION	2
3. OBJECTIFS	2
II. VALEURS ET PRINCIPES	3
1. LE MANIFESTE #CULTURE2015GOAL DE 2014	3
2. LA DÉCLARATION #CULTURECOVID19 DE 2020	3
3. LES VALEURS UNIVERSELLES DU PROGRAMME 2030 ET LES PRINCIPES DIRECTEURS DE L'ONU POUR SA MISE EN ŒUVRE	3
4. LES PRINCIPES FONDAMENTAUX D'ENGAGEMENT DES MGOS DES NATIONS UNIES	3
III. GROUPE DE PILOTAGE (GPC)	4
1. TYPE D'ADHÉSION	4
2. TAILLE	4
3. CRITÈRES	4
4. RÔLE ET ENGAGEMENT	7
5. PROCESSUS D'ADHÉSION	9
6. DURÉE DE L'ADHÉSION	10
7. MÉTHODES DE TRAVAIL ET RÈGLES DE PROCÉDURE	11
IV. AGORA	13
1. CRITÈRES	13
2. RÔLE ET ENGAGEMENT	13
3. PROCESSUS D'ADHÉSION	14
4. DURÉE DE L'ADHÉSION	14
5. MÉTHODES D'ENGAGEMENT ET RÈGLES DE PROCÉDURE	15
6. UTILISATION DU LOGO DE LA CAMPAGNE	15
V. DISPOSITIONS FINALES	16

I. VISION, MISSION ET OBJECTIFS

1. VISION

La vision de la campagne est la reconnaissance de la culture en tant que quatrième pilier du développement durable.

2. MISSION

La mission de la campagne est d'intégrer la culture dans l'ensemble de l'agenda mondial du développement.

3. OBJECTIFS

Les objectifs de la campagne comprennent :

- 3.1. Un rôle renforcé de la culture tout au long de la mise en œuvre de l'agenda mondial de développement actuel (l'Agenda 2030 de l'ONU) ;
- 3.2. L'adoption de la culture en tant qu'objectif distinct dans l'agenda de développement post-2030 ;
- 3.3. L'adoption d'un agenda mondial pour la culture.

II. VALEURS ET PRINCIPES

Les valeurs de la campagne sont ancrées dans :

1. **EL MANIFESTE #CULTURE2015GOAL DE 2014**
2. **LA DÉCLARATION #CULTURECOVID19 DE 2020**
3. **LES VALEURS UNIVERSELLES DPROGRAMME 2030 ET LES PRINCIPES DIRECTEURS DE L'ONU POUR SA MISE EN ŒUVRE**
 - 3.1. Approche fondée sur les droits humains (HRBA, selon les sigles en anglais)
 - 3.2. Ne laisser personne de côté (LNOB, selon les sigles en anglais)
 - 3.3. Égalité des genres et autonomisation des femmes (GEWE, selon les sigles en anglais).

Les principes de la campagne sont également en phase avec :

4. **LES PRINCIPES FONDAMENTAUX D'ENGAGEMENT DES MGOS DES NATIONS UNIES ET AUTRES PARTIS PRENANTS INTÉRESSÉS (MGOS, SELON LES SIGLES EN ANGLAIS)¹**
 - 4.1. La centralité des **droits humains**.²
 - 4.2. L'engagement en faveur de l'**égalité des genres**, de la justice et de l'**éradication de la discrimination**.³
 - 4.3. La reconnaissance de la nécessité de **réponses politiques systémiques et holistiques**.⁴
 - 4.4. La centralité du **multilatéralisme inclusif et démocratique**.⁵

III. GROUPE DE PILOTAGE (GPC)

Description : Le GPC est un petit groupe central composé de réseaux majeurs travaillant sur des enjeux culturels, ayant une large portée internationale et un rôle de leadership dans leurs domaines. Ensemble, ils représentent les principaux secteurs et parties prenantes des écosystèmes culturels et créatifs.

Les membres du GPC sont des personnes représentantes désignées d'institutions et d'organisations qui remplissent les critères ci-dessous.

1. TYPE D'ADHÉSION

- 1.1. Membres **permanents**
- 1.2. Membres **rotatifs**
- 1.3. Membres **consultatifs**

2. TAILLE

- 2.1. Membres **permanentes** : Minimum 7. Maximum 10.
- 2.2. Membres **rotatifs** : Minimum 0. Maximum 5.
- 2.3. Membres **consultatifs** : Selon les besoins *ad hoc* identifiés par le GPC.

3. CRITÈRES

Les membres permanents et rotatifs

doivent être en mesure de démontrer qu'ils répondent aux critères suivants :

3.1. Statut organisationnel

- 3.1.1. Constitué en tant que **réseau**
- 3.1.2. Organisations non-gouvernementales mondiales (fondations, associations)

- 3.2. **Expertise** : Dans des domaines pertinents pour la culture, le patrimoine culturel et les écosystèmes créatifs, avec une préférence pour les domaines déjà non représentés dans le GPC/les membres.

Critères de référence : domaines principaux

- 3.2.1. Domaines tels que classé dans le [Cadre de statistiques culturelles de l'UNESCO 2025 Partie I : Concepts et définitions](#) et le [Cadre de statistiques culturelles de l'UNESCO 2025 Partie II : Guide de classification](#) (en anglais) [à venir].

Domaines transversaux

- 3.2.2. Le droit international des droits de l'homme et les normes, ainsi que les groupes spécifiques
- 3.2.3. Gouvernance de la culture
- 3.2.4. Enjeux émergents/urgents
- 3.3. **Engagement** en faveur des **ODD** démontré par une référence spécifique au Programme 2030 et aux ODD dans les politiques et initiatives institutionnelles.
- 3.4. **Portée internationale étendue**, incluant une présence géographique significative, démontrée par des bureaux, et/ou une présence ou une représentativité des membres sur les échelles suivantes :
- 3.4.1. **Mondiale**
- 3.4.2. **Régionale**
- 3.4.3. **Nombre** de membres
- 3.4.4. **Représentativité des secteurs culturels** au sein des membres
- 3.5. Structure de **gouvernance** :
- 3.5.1. Fédérations ou associations consolidées
- a) Bien établies : En activité depuis au moins 10 ans.
- b) Dont les statuts garantissent que leurs membres peuvent influencer les décisions clés.
- 3.6. **Rôle de leadership** dans leurs domaines
- 3.6.1. **Leadership intellectuel** démontré par des publications, des interventions internationales ou un rôle consultatif auprès d'institutions multilatérales.
- 3.6.2. **Mise en œuvre pratique** des instruments juridiques de l'ONU et des engagements mondiaux aux niveaux international, régional, national et local.

- 3.6.3. **Relation avec l'ONU** et d'autres organisations multilatérales depuis plus de 5 ans par le biais de (et/ou):
- a) Accréditation ;
 - b) Participation aux discussions de l'ONU et aux processus de prise de décision connexes ;
 - c) Rôle consultatif auprès de l'ONU ou d'organisations connexes et/ou partenariat en matière de programmation.

Les membres rotatifs et consultatifs

doivent être en mesure de démontrer qu'ils remplissent les critères suivants :

- 3.7. **Expertise** : Apporter une **perspective précieuse qui n'est pas déjà couverte** dans le GPC.

Les membres consultatifs

doivent être en mesure de démontrer qu'ils remplissent les critères suivants :

- 3.8. Critères institutionnels / Statut individuel

3.8.1. **Réseaux**

3.8.2. **Entités intergouvernementales**

3.8.3. **Think tanks** – qui ne sont pas organisés en tant que réseau

3.8.4. Autres institutions

3.8.5. **Individus**

- 3.9. **Expertise** : Expertise reconnue dans:

3.9.1. Domaines pertinents pour la culture, le patrimoine culturel et les écosystèmes créatifs ainsi que les ODD (voir au chapitre III, art. 3).

3.9.2. Autres domaines contributifs, démontrés par des politiques ou des initiatives qui soulignent leur intersection avec la culture et les écosystèmes créatifs.

Reconnu(e) en fonction de :

- 3.9.3. **Leadership intellectuel** par le biais de publications, d'interventions internationales, ou d'un rôle consultatif auprès d'institutions multilatérales.
- 3.9.4. **Mise en œuvre pratique** des instruments juridiques de l'ONU et des engagements mondiaux aux niveaux international, régional, national et local.
- 3.9.5. **Relation avec l'ONU** et d'autres organisations multilatérales par le biais de :
 - a) Accréditation ;
 - b) Participation aux discussions de l'ONU et aux processus de prise de décision connexes ;
 - c) Rôle consultatif auprès de l'ONU ou d'autres organisations multilatérales et/ou partenariat en matière de programmation.

4. RÔLE ET ENGAGEMENT

4.1. Général

Membres permanents et membres rotatifs

- 4.1.1. Adhérer à la **vision**, à la **mission**, aux **objectifs**, aux **valeurs** et aux **principes** de la campagne ainsi qu'aux **méthodes de travail** du GPC (chapitres I, II et III, art. 7) ;
- 4.1.2. Désigner une personne représentante au GPC ayant les pouvoirs délégués nécessaires pour prendre des décisions tactiques et obtenir l'adhésion de l'organisation aux décisions stratégiques du GPC ;
- 4.1.3. Contribuer de manière significative en termes de temps et d'expertise pour soutenir le travail de la campagne ;
- 4.1.4. Inclure la promotion de l'objectif Culture2030 dans leurs actions de plaidoyer plus larges ;
- 4.1.5. **Mobiliser leurs propres réseaux** pour soutenir les objectifs de la campagne ;
- 4.1.6. **Diriger les travaux** pour définir et mettre en œuvre des activités contribuant à la campagne.

Membres consultatifs

- 4.1.7. Adhérer à la vision, à la **mission**, aux **objectifs**, aux **valeurs** et aux **principes** de la campagne ainsi qu'aux **méthodes de travail** du GPC (chapitres I, II et III, art. 7) ;

4.1.8. Contribuer en termes de temps et d'expertise au soutien du travail de la campagne tel que convenu et décrit dans la lettre d'invitation du GPC.

4.2. Réunions

4.2.1. Le GPC se réunit selon les besoins, en moyenne une fois tous les deux mois / six fois par an.

4.3. Planification, rapport et évaluation

Le GPC assume particulièrement la responsabilité des tâches ci-dessous .

4.3.1. Conçoit, rédige et adopte le Plan stratégique de la campagne et du GPC qui :

- a) Est examiné annuellement en septembre et mis à jour tous les 5 ans ou plus tôt si nécessaire ;
- b) Introduit les résultats attendus des initiatives à venir de la campagne et du GPC ;
- c) Prend en compte :
 - i) Les résultats des discussions et des processus de prise de décision des organes principaux des Nations Unies et de leurs organes subsidiaires, de leurs agences spécialisées et des événements régionaux et mondiaux récurrents, avec une attention particulière au travail de :
 - Le Conseil de sécurité de l'ONU (CSNU)
 - L'Assemblée générale de l'ONU (AGNU) ;
 - Le Conseil économique et social de l'ONU (ECOSOC) ;
 - Le Forum politique de haut niveau sur le développement durable (FPDN) ;
 - L'UNESCO et les organes de gouvernance des conventions pertinentes de l'UNESCO ;
 - La Conférence mondiale de l'UNESCO sur les politiques culturelles – MONDIACULT
 - Les traités internationaux relatifs aux droits de l'homme et les mécanismes fondés sur des chartes.
 - ii) Les résultats d'une enquête/consultation sur les priorités menée auprès de :
 - Les membres des membres du GPC et plus largement, les membres de l'Agora de la campagne (voir la section IV ci-dessous pour la définition de l'Agora) ;
 - D'autres partenaires et alliés institutionnels et individuels de la campagne.

- d) Est publié sur le site web de la campagne et promu via les sites web et les réseaux sociaux des membres du GPC.

4.3.2. Conçoit, rédige et adopte **le rapport annuel et l'évaluation** de la campagne qui :

- a) Est présenté en septembre ;
- b) Présente les activités réalisées au cours de l'année écoulée ;
- c) Met en évidence les défis, les meilleures pratiques et les résultats obtenus ;
- d) Propose des recommandations pour l'avenir ;
- e) Est promu auprès des membres de l'Agora de la campagne ;
- f) Est publié sur le site web de la campagne et promu via les sites web et les réseaux sociaux des membres du GPC.

4.3.3. Organise au moins deux **webinaires** annuels offrant des opportunités pour le GPC de rendre compte des activités, des défis et des pratiques efficaces de la campagne, et de partager des informations sur la planification stratégique de la campagne avec les membres de l'Agora de la campagne et d'autres institutions et alliés.

4.4. **Positionnement stratégique/promotion et documents de politique ainsi que d'autres initiatives de la campagne**

4.4.1. Conçoit, rédige, adopte et diffuse des déclarations, ainsi que d'autres documents de promotion, de positionnement stratégique et de politique, et d'autres initiatives de la campagne :

- a) Conformément au Plan stratégique de la campagne ; et
- b) Selon ce qu'il juge approprié pour l'avancement des objectifs de la campagne.

5. PROCESSUS D'ADHÉSION

5.1. Membres

Membres permanents

5.1.1. Groupe initial : Sur invitation – Fermé.

Membres rotatifs

5.1.2. Adhésion : Sur invitation ou sur manifestation d'intérêt.

5.1.3. Confirmée par une décision du GPC.

Membres consultatifs

5.1.4. Adhésion : Sur invitation, de manière ad hoc, selon les besoins identifiés par le GPC.

5.1.5. Confirmée par une décision du GPC.

5.2. Démission et révocation

Membres permanents, rotatifs et consultatifs

5.2.1. Démission : Par le biais d'un mémo écrit du membre concerné adressé au GPC.

5.2.2. Révocation : À la demande du GPC par la transmission d'une décision du GPC à cet effet.

5.2.3. Motifs de révocation : Lorsque le GPC établit l'une et/ou l'autre des situations suivantes:

- a) Que le membre ne répond plus aux critères d'adhésion en vertu de l'une et/ou l'autre des exigences de la campagne et de l'adhésion :
 - i) Valeurs et principes (Chapitre II)
 - ii) Critères (Chapitre III, art. 3)
 - iii) Rôle et engagement (Chapitre III, art. 4)
 - iv) Méthodes de travail et règles de procédure (Chapitre III, art. 7).
- b) Les actions et/ou l'attitude du membre/personne représentante du membre compromettent la crédibilité de la campagne, du GPC et/ou de leurs membres, y compris vis-à-vis de l'ONU, des États membres de l'ONU, d'autres institutions et du public en général.

6. DURÉE DE L'ADHÉSION

6.1. Membres permanents : en continu.

6.2. Membres rotatifs : 1 an, renouvelable.

6.3. Membres consultatifs : Tel qu'accepté dans la lettre d'invitation du GPC, renouvelable.

7. MÉTHODES DE TRAVAIL ET RÈGLES DE PROCÉDURE

Membres permanents, rotatifs et consultatifs

- 7.1. **Discussions** : Communications – écrites, orales ou par d'autres moyens :
- 7.1.1. Doivent être cohérentes avec la **vision**, la **mission**, les **objectifs**, les **valeurs** et les **principes** de la campagne, ainsi qu'avec le **rôle** et l'**engagement des membres** du GPC (Chapitres I, II et III, art. 4) ;
 - 7.1.2. Permettent à la campagne, au GPC et aux représentants des membres du GPC de :
 - a) Interagir dans un esprit de dialogue **respectueux** ;
 - b) Discuter de manière **constructive** ;
 - c) Chercher à prendre des décisions par **consensus**.

Membres permanents et membres rotatifs

- 7.2. **Décisions** :
- 7.2.1. Toutes les questions | Processus : Par des processus consultatifs et itératifs.
 - 7.2.2. Toutes les questions | Décisions:
 - a) Quorum : La majorité des membres permanents et rotatifs du GPC
 - b) Principalement par consensus.
 - c) Lorsqu'un consensus ne peut être atteint : Par un vote à la majorité simple des membres.
 - i) La délégation de vote peut être exprimée par écrit ;
 - ii) Les processus de vote doivent permettre d'exprimer et d'enregistrer les dissidences avec les résultats du vote.
 - 7.2.3. Demande de révocation de l'adhésion : Par un vote des 2/3 des membres du GPC (à l'exception de la partie concernée).
- 7.3. **Proposition, conception, rédaction, mise en œuvre, évaluation et processus de rapport des initiatives.**

Sauf accord autre du GPC, les déclarations et autres documents de promotion, de positionnement stratégique et de politique, de planification et d'évaluation, les webinaires et autres initiatives sont proposés, conçus, rédigés, approuvés et mis en œuvre à travers les étapes suivantes :

7.3.1. **Proposition** d'une initiative par un membre du GPC au GPC ;

7.3.2. Le processus de conception et de rédaction est mené par l'un des membres du GPC ;

7.3.3. Première ronde de consultation auprès du GPC, afin de permettre des commentaires et des modifications des propositions ;

Lorsque le temps le permet, un texte sera partagé plus largement, avec l'Agora, pour recueillir des contributions, mais dans des contextes tels que des déclarations de promotion ou de réponse, cela ne sera pas toujours possible.

7.3.4. **Deuxième ronde de consultation** auprès du GPC pour approbation.

7.3.5. **Adoption de la version finale par le modèle du silence-valant-accord** ;

7.3.6. Promotion auprès de/engagement avec l'**Agora de la campagne**

7.3.7. **Publication** sur le site web de la campagne et promotion via les sites web et les réseaux sociaux des membres du GPC / Mise en œuvre de l'initiative ;

7.3.8. **Rapport sur les résultats** de l'initiative (de manière ad hoc et/ou dans le cadre du rapport annuel de la campagne).

7.4. Politique et code d'éthique de l'adhésion sur **la confidentialité, l'enregistrement des réunions et événements, les transcriptions et les comptes rendus – y compris sur l'utilisation de l'IA.**

7.4.1. Le GP de la campagne formulera et adoptera une politique et un code d'éthique de l'adhésion sur :

- a) La confidentialité ;
- b) L'enregistrement des réunions, les transcriptions et les comptes rendus – y compris par l'utilisation de l'IA.

IV. AGORA

Description : L'adhésion à l'Agora est constituée de partenaires et d'alliés de la campagne.

1. CRITÈRES

1.1. Statut institutionnel / individuel

1.1.1. Institutions, organisations

1.1.2. Gouvernements

1.1.3. Autorités locales

1.1.4. Organisations de la société civile (OSC)

1.1.5. Organisations intergouvernementales (OIG)

1.1.6. Secteur privé

1.1.7. Personnes et personnes / organisations représentantes de :

a) Artistes, personnes créatrices et professionnelles de la culture

b) Autres personnes/organisations impliquées dans la réalisation du potentiel de la culture pour le développement durable.

1.1.8. Réseaux

1.1.9. Individus

a) Artistes et personnes créatrices

b) Personnes professionnelles des secteurs culturels ou des secteurs contribuant au développement de la culture.

2. RÔLE ET ENGAGEMENT

2.1. Adhérer à la **vision**, à la **mission**, aux **objectifs**, aux **valeurs** et aux **principes** de la campagne ainsi qu'aux **méthodes d'engagement** et aux **règles de procédure** (Ch. I, II et Ch. IV, art. 5) ;

2.2. Contribuer aux efforts de promotion en faveur des objectifs de la campagne aux niveaux local, national, régional et/ou mondial :

2.2.1. Tel que défini par le GPC ;

2.2.2. En fonction de leurs capacités.

3. PROCESSUS D'ADHÉSION

3.1. Membres

3.1.1. Sur demande : En s'inscrivant via un formulaire en ligne permettant de réviser et d'accepter la vision, la mission, les objectifs, les valeurs et les principes de la campagne, les critères d'adhésion à l'Agora, le rôle et l'engagement, ainsi que les méthodes de travail et les règles de procédure (Ch. I, II, IV, art. 1, 2, 5).

3.2. Démission

3.2.1. Par le biais d'un mémo écrit du membre concerné adressé au GPC.

3.3. Révocation

3.3.1. À la demande du GPC par la transmission d'une décision du GPC en ce sens.

3.3.2. Motifs : Lorsque le GPC établit l'une et/ou l'autre des situations suivantes :

- a) Que le membre ne répond plus aux critères d'adhésion en vertu de l'une et/ou l'autre des exigences de la campagne et de l'adhésion :
 - i) Valeurs et principes (Ch. I, II)
 - ii) Critères (Ch. IV, art. 1)
 - iii) Rôle et engagement (Ch. IV, art. 2) et méthodes d'engagement et règles de procédure (Ch. IV, art. 5).
- b) Les actions et/ou l'attitude du membre/représentant du membre compromettent la crédibilité de la campagne, du GPC et/ou de leurs membres, y compris vis-à-vis de l'ONU, des États membres de l'ONU, d'autres institutions et du public en général.

4. DURÉE DE L'ADHÉSION

4.1. Permanent – Avec un renouvellement écrit de l'intérêt tous les deux ans.

5. MÉTHODES D'ENGAGEMENT ET RÈGLES DE PROCÉDURE

5.1. **Discussions** : Communications – écrites, orales ou par d'autres moyens :

5.1.1. Doivent être cohérentes avec la **vision**, la **mission**, les **objectifs**, les **valeurs** et les **principes** de la campagne, ainsi qu'avec le **rôle** et l'**engagement des membres** de l'Agora (Ch. I, II, et IV, art. 2).

5.1.2. Permettre aux représentants du GPC et des membres de l'Agora de la campagne de :

- a) Interagir dans un esprit de dialogue **respectueux** ;
- b) Discuter de manière **constructive**.

6. UTILISATION DU LOGO DE LA CAMPAGNE

6.1. Uniquement sur la base de l'accord du GPC.

V. DISPOSITIONS FINALES

Le GPC peut adapter les dispositions du Cadre de gouvernance de la campagne comme il l'estime nécessaire, dans le respect des principes du Cadre de gouvernance et pour faire avancer les objectifs de la campagne.

1 Mécanisme de Coordination des Grands Groupes et Autres Parties Prenantes des Nations Unies (MGoS-CM) - Termes de Référence https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/27114MGoS_TOR18_Dec_2020.pdf

2 *Centralité des droits humains pour tous et toutes comme pierre angulaire critique du Programme de développement durable et de la gouvernance démocratique à tous les niveaux.*

(Application MGoS) Au cœur de l'approche de la Campagne se trouve l'accent mis sur l'importance des droits culturels pour tous et toutes, couvrant à la fois les droits des personnes créatrices elles-mêmes et ceux des populations dans leur ensemble. Nous collaborons étroitement avec le mandat de Rapporteur spécial des Nations Unies sur les droits culturels. De plus, nous considérons que le modèle de développement basé sur la culture est équivalent à un modèle de développement centré sur les populations.

3 *Engagement total en faveur de l'égalité des genres ; de la justice sociale, économique, écologique, climatique, de genre, raciale et intergénérationnelle, ainsi que de l'éradication de toutes les formes de discrimination et de violence.*

(Application MGoS) Conformément à l'approche fondée sur les droits exposée ci-dessus, nous mettons un accent particulier sur l'égalité dans notre travail, ainsi que sur le rôle de la culture en termes d'accès égal et non discriminatoire, et de la manière dont cela peut aider à lutter contre l'inégalité et l'exclusion.

4 *Reconnaissance que l'interconnexion inhérente de tous les domaines de la vie nécessite des réponses systémiques et holistiques tant dans l'élaboration des politiques que dans le développement et la mise en œuvre des programmes.*

(Application MGoS) La logique derrière le travail de Culture2030Goal est que nous devons intégrer les approches politiques, avec le secteur de la culture reconnaissant sa responsabilité de contribuer à l'avancement des ODD, mais aussi en intégrant les acteurs et facteurs culturels dans l'élaboration des politiques dans tous les domaines. Nous croyons qu'un modèle de développement basé sur la culture est un excellent exemple de réponse politique systémique et holistique.

5 *Centralité du multilatéralisme inclusif et démocratique, centré sur les Nations Unies et fondé sur les droits humains, la centralité des personnes, l'équité et la justice, la solidarité, la coopération et les responsabilités communes mais différenciées, pour assurer la gestion démocratique de nos biens communs et l'avancement du Programme de développement durable.*

(Application MGoS) Toutes les questions soulignées sous ce principe sont intrinsèques à notre travail. Notre attention de longue date envers les Nations Unies et ses agences reflète notre conviction dans le pouvoir du multilatéralisme pour provoquer un changement. Notre focalisation sur les droits et la centralité des personnes est directement liée aux valeurs d'équité, de justice, de solidarité, de coopération, et plus encore.

Enfin, la genèse de notre campagne réside dans le programme de développement durable lui-même. Bien que nous cherchions à nous engager dans d'autres processus, le nom que nous utilisons reflète cet accent mis sur le programme central des Nations Unies en matière de développement.

