

Assemblée générale

Vingt-sixième session
Riyad (Arabie saoudite)

7-11 novembre 2025

Point 4 e) de l'ordre du jour
Projet de programme de travail et budget pour 2026-2027

A/26/4(e) I
Madrid, 16 octobre 2025
Original : anglais

ONU Tourisme agit pour l'environnement. Tous les documents de l'Assemblée générale sont consultables sur le site Web d'ONU Tourisme à l'adresse www.untourism.int ou en utilisant le code QR sur cette page.

**Projet de programme de travail pour 2026-2027****Résumé**

Le présent document présente le cadre général du projet de programme de travail pour 2026-2027, appuyé par le Conseil exécutif à sa cent vingt-troisième session. Ainsi que le Conseil l'a demandé, le cadre a été complété en y indiquant les résultats/produits, départements responsables au sein du secrétariat, source du financement (fonds du budget ordinaire/extrabudgétaires) de même que les objectifs de développement durable (ODD) correspondants (cf. Annexe I). Les objectifs et les priorités du projet de programme de travail trouvent leur origine, comme pour la période biennale précédente, dans les réponses fournies par les membres d'ONU Tourisme au vaste processus de consultation sur les priorités lancé à la fin de l'année 2024.

PROJET DE RÉSOLUTION ¹

Point 4 e) de l'ordre du jour

Projet de programme de travail et budget pour 2026-2027
[document A/26/4(e) I]

L'Assemblée générale,

Ayant examiné le rapport du Secrétaire général sur le projet de programme de travail 2026-2027,

1. *Remercie* le Secrétaire général pour le vaste processus de consultation mené auprès des Membres en vue de l'élaboration de ce projet ; et
2. *Approuve* le projet de programme de travail 2026-2027.

¹ Ceci est un projet de résolution. Pour la résolution finale adoptée par l'Assemblée, voir le document des résolutions publié à la fin de la session.

I. Introduction

1. Tous les Membres et le secrétariat d'ONU Tourisme participent tous les deux ans à l'élaboration du programme de travail de l'Organisation dans le cadre d'un processus de consultation transparent et systématique. À la fin de l'année 2024, une enquête a été lancée par le secrétariat d'ONU Tourisme afin d'identifier, entre autres, les besoins, les priorités, les défis et les points de vue des Membres qui constituent l'une des principales sources d'information pour l'élaboration du présent document. Cent vingt-six États membres et quatre (4) Membres associés ont répondu à l'enquête, ce qui représente une part très importante (79 %) de l'ensemble des Membres d'ONU Tourisme et témoigne de l'intérêt qu'ils portent à la vie et à l'avenir de l'Organisation.
2. La partie II du présent projet de rapport expose et décrit les différents objectifs stratégiques et priorités programmatiques du programme de travail 2026-2027, en tenant pleinement compte des [résultats de l'enquête](#), lesquels ont été présentés au Comité du programme et du budget qui en a débattu.
3. La partie III présente la structure du secrétariat, conformément au budget présenté dans le rapport financier CE/123/3(c)(v).
4. L'Annexe I complète la partie II en précisant les résultats/produits attendus, le ou les départements responsables de leur réalisation et le lien avec les différents objectifs de développement durable du Programme 2030.

II. Objectifs stratégiques et priorités programmatiques

5. Le tourisme a une nouvelle fois démontré sa résilience et renoué avec une croissance soutenue. On estime à 1,4 milliard le nombre de touristes internationaux (visiteurs qui passent la nuit) enregistrés dans le monde en 2024, soit une augmentation de 11 % par rapport à 2023. Et en 2025, les arrivées de touristes internationaux devraient augmenter de 3 % à 5 % par rapport à 2024 dans le monde entier.
6. Cependant, des défis persistent en termes de saturation et de saisonnalité dans de nombreuses destinations, de manque de compétences de la main-d'œuvre touristique, de prix élevés et de vulnérabilité au dérèglement climatique, principalement aux phénomènes extrêmes. En outre, la situation économique et géopolitique continue de faire peser des risques importants sur le secteur, avec de nombreux conflits en cours dans le monde entier. En outre, la guerre commerciale déclenchée par les États-Unis, avec des droits de douane volatils propices à des tensions commerciales, a imposé une charge supplémentaire aux planificateurs et aux décideurs publics et privés du secteur du tourisme. Dans un contexte aussi difficile, le multilatéralisme, le pragmatisme et l'efficacité sont nécessaires aux niveaux social, économique et environnemental, et le tourisme, parmi d'autres secteurs, a un rôle à jouer : il doit être le vecteur de la paix, de l'unité, du dialogue, de l'inclusion et de la protection de notre planète, ainsi qu'une force économique au service du progrès social.
7. Dans ce contexte exigeant, le Secrétaire général d'ONU Tourisme a ajusté a) les objectifs stratégiques de l'Organisation pour le prochain programme de travail 2026-2027, garantissant ainsi le leadership de l'Organisation et du secteur à long terme, et b) les priorités programmatiques afin de pouvoir se concentrer sur les questions urgentes et l'utilisation rationnelle des ressources.
8. Le secrétariat a tenu compte des facteurs suivants lors de la rédaction du présent document : a) la continuité avec le programme de travail précédent, b) les résultats de l'enquête, comme expliqué précédemment, c) la proclamation par l'Assemblée générale des Nations Unies de 2027 comme Année internationale du tourisme durable et résilient, ainsi que d) le cadre général constitué par le Programme de développement durable à l'horizon 2030 des Nations Unies. Le programme de travail 2026-2027 reflète aussi les mesures d'efficacité liées à l'initiative ONU80 du Secrétaire général de l'ONU, à laquelle ONU Tourisme participe par l'entremise du groupe thématique chargé des institutions spécialisées.

II.A. Trois objectifs stratégiques

Objectif 1 : Être à la pointe du tourisme, positionner le secteur dans l'agenda mondial grâce à la promotion, la création de connaissances, l'orientation politique et la diversification des services.

9. Pour positionner le secteur dans l'agenda mondial et mettre toute son importance en relief, il faut influencer les politiques touristiques, ce qui nécessite des données harmonisées et des connaissances multidimensionnelles notamment dans les domaines suivants : statistiques, connaissance du marché, marketing, développement de produits, investissement, innovation, durabilité, accessibilité, pour n'en citer que quelques-uns, sans oublier les aspects juridiques. Ce savoir doit être diffusé de manière appropriée à l'aide d'outils pédagogiques adaptés, destinés aux professionnels du tourisme actuels et futurs des entités publiques et privées.
10. Les axes de travail relevant de cet objectif sont les suivants :
 - a) **Plaidoyer et coordination** : plaider en faveur de l'inclusion du tourisme dans les programmes d'action nationaux, régionaux et internationaux du développement et du commerce en tant que levier majeur pour porter l'économie mondiale et bâtir un avenir plus durable, plus inclusif et plus résilient pour tous. Soutenir une coordination cohérente au sein des États et entre eux, avec le secteur privé, les organisations internationales et la société civile, afin de parler d'une seule voix pour surmonter les différentes crises et leurs répercussions économiques et sociales, et faire progresser la durabilité.
 - b) **Création de connaissances et recommandations politiques** : mener des recherches de pointe sur le tourisme, établir des alliances pour améliorer la création et la diffusion des connaissances, et formuler des recommandations politiques et des lignes directrices pour garantir la croissance durable, la compétitivité et la résilience du secteur, tout en intégrant la vaste expertise d'un large éventail de parties prenantes, en particulier les Membres affiliés. Création d'outils en ligne pour partager et diffuser les connaissances – plateforme Tourism KNOW.
 - c) **Renforcer la base de données factuelles sur le tourisme** : en tant que principale autorité mondiale en matière de statistiques du tourisme, élaborer et maintenir des normes statistiques internationales pour une mesure à 360 degrés du tourisme, en forgeant un consensus au sein du système des Nations Unies. La mise en œuvre de ces normes nécessite un accompagnement et un soutien actifs de la part de l'Organisation, par le biais du renforcement des capacités et d'instruments d'appui statistique. Les données touristiques de plus en plus nombreuses et fiables produites par les pays grâce à l'application des normes sont ensuite compilées par l'Organisation dans la base de données statistiques sur le tourisme la plus complète au monde, ce qui permet d'améliorer la prise de décision, l'élaboration des politiques et la planification stratégique.
 - d) **Nouveaux services en ligne pour les Membres**. Fournir des services adaptés aux besoins spécifiques des Membres, notamment des centres de connaissances, des communautés de pratique, des cours de formation et des programmes de renforcement des capacités pour le secteur du tourisme, à l'usage aussi bien des acteurs publics que privés.
 - e) **Agir en veillant à promouvoir la collaboration entre les secteurs public et privé** : grâce à ses Membres affiliés, ONU Tourisme occupe une position unique en tant que seule agence des Nations Unies comptant des Membres issus du secteur privé. L'Organisation s'efforcera de consolider son statut de facilitateur des synergies et de la coopération entre ses Membres, qui sont divers et très influents, en mettant particulièrement l'accent sur le rapprochement des acteurs des secteurs public et privé.
 - f) **Promouvoir le partenariat public-privé-communautaire** : Placer les communautés au même niveau que les secteurs public et privé, au cœur de la gouvernance, de la planification et de la gestion du tourisme afin de garantir une plus grande inclusivité du secteur.
11. **Le tourisme et la communication** sont des alliés puissants qui permettent aux destinations de se positionner efficacement et de mettre en avant leur valeur unique. Dans un contexte de croissance significative du secteur, il est essentiel de renforcer les stratégies de communication traditionnelles et numériques afin d'instaurer la confiance, de promouvoir l'impact social du tourisme et de veiller à ce qu'il soit représenté de manière positive dans l'agenda économique mondial.

- a) **Créer de nouvelles plateformes** telles qu'un laboratoire de communication, une chaîne de télévision ONU Tourisme et un podcast ONU Tourisme, illustrant comment le tourisme accroît son rôle dans l'agenda mondial et permet à ses Membres de présenter et partager leurs bonnes pratiques.

Objectif 2 : Élargir l'Organisation et accroître le nombre de Membres. Augmenter les ressources, les capacités et l'appropriation par le biais de partenariats stratégiques.

12. L'Organisation continuera de s'employer à attirer de nouveaux Membres pour mieux faire entendre sa voix et renforcer ses capacités en lien avec les priorités du développement et du commerce. De même, la création progressive de bureaux régionaux et thématiques viendra soutenir la présence géographique d'ONU Tourisme, ainsi que sa capacité à créer et à partager des savoirs et à porter directement ses Membres.
13. En outre, les partenariats stratégiques avec d'autres organismes internationaux et régionaux, des institutions et programmes des Nations Unies, le monde universitaire, la société civile ainsi que des entités clés du secteur privé, augmenteront encore la capacité de l'Organisation à accroître ses ressources et ses compétences pour répondre aux besoins des Membres.
 - a) **Attirer de nouveaux États membres.** En s'appuyant sur des connaissances de pointe et une politique dynamique, ONU Tourisme continuera de s'employer activement à attirer de nouveaux Membres. La priorité ira au Royaume-Uni, aux pays nordiques et aux États baltes en Europe, aux Amériques, et en particulier aux États-Unis et au Canada, et à l'Asie de l'Est et du Pacifique ainsi qu'aux petits États insulaires en développement (PEID) des Caraïbes et du Pacifique. Les nouvelles adhésions renforceront l'Organisation et augmenteront les moyens d'action au service des priorités du tourisme mondial.
 - b) **Mobiliser davantage de ressources** pour la création de savoirs et le développement des capacités, notamment dans le cadre de projets d'assistance technique. ONU Tourisme va intensifier ses efforts de mobilisation des ressources pour renforcer la création de connaissances et l'impact, et soutenir un large éventail de pays grâce à des projets d'assistance technique à l'appui du développement d'un tourisme plus durable et compétitif, notamment en facilitant de nouveaux flux d'investissements publics ou privés. Saisir les opportunités offertes par le Groupe des Nations Unies pour le développement durable, en tirant parti du système de coordonnateurs résidents des Nations Unies présent dans 130 pays et en cherchant à soutenir conjointement le développement du tourisme. Maximiser les nouveaux mécanismes tels que le programme de petits dons pour le tourisme au service du développement rural approuvé lors de la vingt-cinquième Assemblée générale. Étant donné la diminution de l'Aide mondiale et de l'aide publique au développement, le secrétariat renforcera les capacités pour passer du financement du développement au déblocage de financements catalytiques et diversifier la base de donateurs.
 - c) **Élargissement de l'Organisation.** ONU Tourisme continuera à travailler sur le modèle de gouvernance qui encourage l'ouverture de bureaux régionaux et thématiques à travers le monde. Cette expansion, qui est l'une des mesures les plus ambitieuses jamais prises par l'Organisation, constitue également l'un des moyens les plus efficaces d'accroître l'impact de l'Organisation ainsi que ses ressources humaines et financières. Elle permet également aux Membres de mieux s'approprier l'action politique menée par l'Organisation au niveau régional, ainsi que sa capacité à développer des savoirs pertinents. En outre, les possibilités de développer les entités de catégorie 2 (entités indépendantes « en collaboration avec ONU Tourisme » : centres, pôles, académies...) seront étudiées, afin d'accroître à la fois la capacité d'exécution et les ressources de l'Organisation, y compris un modèle de contribution annuelle pour les entités de catégorie 2 au secrétariat. Des bureaux régionaux et thématiques, de formes et de natures diverses, sont déjà opérationnels ou sur le point d'ouvrir en Andorre, au Brésil, au Japon, au Maroc, en Ouzbékistan, en Uruguay et au Royaume d'Arabie saoudite. De plus, afin de soutenir les efforts en matière d'éducation ou de création de connaissances, des entités fonctionnent, ou le feront bientôt, avec le soutien d'ONU Tourisme en Croatie, en Grèce, en République dominicaine, au Royaume d'Arabie saoudite, en Ouzbékistan et en Zambie. Enfin, 46 observatoires se sont engagés à travailler avec ONU Tourisme dans le cadre du Réseau international des observatoires du tourisme durable (INSTO).
 - d) **Développer de nouveaux partenariats stratégiques.** Sur le modèle d'autres entités du système des Nations Unies, générer des ressources et créer de la valeur en renforçant la coopération avec les institutions, le monde universitaire, la société civile et le secteur privé,

ce qui permettra de libérer et d'accroître la capacité d'exécution. Collaboration renouvelée avec l'ONU et d'autres organisations internationales afin de tirer parti des efforts, des compétences et des ressources communs pour promouvoir la croissance, la durabilité et la résilience du secteur du tourisme, ce qui est parfaitement en phase avec l'initiative ONU80 sur la rationalisation des mandats des institutions spécialisées.

- e) **Attirer des entités touristiques de premier plan parmi les Membres affiliés d'ONU Tourisme.** La réforme des structures de gouvernance des Membres affiliés et la mise en œuvre de la stratégie d'expansion pour une affiliation équilibrée et axée sur la qualité permettront à l'Organisation de continuer à attirer des entités touristiques de haut niveau qui apportent leur expertise, leur innovation et leur valeur stratégique tant à l'Organisation qu'au secteur. Cette approche vise à renforcer les synergies entre les États membres et les Membres affiliés tout en garantissant une composition plus diversifiée, plus efficace et plus équilibrée du corps des Membres affiliés. Le renforcement de ce réseau permettra à ONU Tourisme d'améliorer sa capacité à agir dans différentes zones géographiques et dans des domaines clés liés au tourisme.

Objectif 3 : Transformer l'organisation pour améliorer l'avenir. Une gouvernance plus souple et plus efficace. Adopter les valeurs de l'ONU et le multilatéralisme pour concrétiser le Programme 2030.

14. Dans l'optique d'améliorer la prestation de services aux Membres, il est essentiel de renforcer la planification stratégique et de poursuivre le processus de modernisation de l'Organisation et d'en améliorer l'efficacité, grâce à une structure et à des activités mieux articulées autour des objectifs stratégiques et en définissant les priorités d'emploi de ses ressources limitées, en éliminant les facteurs d'inefficacité et en s'assurant d'avoir des effectifs souples, responsables et réactifs. La discussion actuelle de l'initiative ONU80 devra être prise en compte pleinement à la fois pour ce qui a trait aux mandats et au modèle d'efficacité :
- a) **Planification axée sur les résultats**, en accord avec les priorités des Membres et le contexte mondial actuel, afin de renforcer la résilience et de parvenir à une croissance inclusive et verte pour la réalisation du Programme 2030.
 - b) **Mesure de la performance et des résultats externes** à l'aide d'un tableau de bord stratégique, d'indicateurs clés de performance et d'un système de gestion du rendement pour instaurer une culture de l'excellence au travail.
 - c) **Renforcement du cadre institutionnel, de la conformité, de l'éthique et des fonctions de contrôle interne** par la poursuite des services d'audit du BSCI de l'ONU visant à améliorer la structure de gouvernance, l'emploi des ressources et la prestation des services. Étudier la possibilité, si les ressources le permettent, de renforcer la capacité du secrétariat à se conformer aux normes des donateurs et à conclure de nouveaux accords administratifs et financiers avec les donateurs multilatéraux.
 - d) **Sécurité, confiance et multilatéralisme**, en intégrant ONU Tourisme dans des forums mondiaux tels que le Forum mondial sur la cybersécurité et d'autres dialogues multilatéraux au sein du système des Nations Unies.
 - e) **Nouvelles installations du siège**, fournies par le Royaume d'Espagne, offrant un meilleur environnement de travail au personnel d'ONU Tourisme, ainsi que des espaces adéquats pour les événements techniques et statutaires avec les Membres d'ONU Tourisme.
 - f) **Mise en place d'un système de gestion des contenus** pour assurer la coordination efficace des contenus et progresser sur la voie d'un **système du savoir dans toute l'organisation**.
 - g) **Faire progresser l'innovation en interne** pour être à la pointe du numérique en rationalisant les tâches quotidiennes et en facilitant la prise de décision fondée sur des données en adoptant une double approche : encourager une **culture de l'innovation** parmi le personnel et introduire **l'intelligence artificielle** dans les processus internes.

II.B. Cinq priorités programmatiques

Priorité 1 : Inscrire le tourisme dans les agendas mondiaux, régionaux et nationaux. Mettre en place des institutions plus efficaces et plus solides : données, normes, gouvernance, politiques et législation.

15. Pour que le secteur du tourisme continue à jouer un rôle moteur dans la croissance inclusive et le développement durable, il faut non seulement qu'ONU Tourisme fasse preuve de leadership, mais aussi qu'il existe un cadre politique holistique et intégré ainsi qu'un système de gouvernance efficace et responsable pour ses membres.
16. Le tourisme fait partie intégrante de nos systèmes économiques, sociaux et environnementaux et doit être reconnu et géré comme tel. Pour ce faire, nous avons besoin de données crédibles et comparables. Dans le cadre du mandat qui lui a été confié par l'ONU, ONU Tourisme joue un rôle de premier plan dans l'amélioration des statistiques du tourisme et leur intégration dans le système statistique mondial au sens large. Cela exige d'encourager l'engagement mondial et la recherche d'un consensus autour de l'élaboration de cadres de mesure, la promotion de leur mise en œuvre à l'échelle mondiale, ainsi que la collecte et la diffusion de données de qualité.
17. Le tourisme est cité expressément en tant que cible dans trois des objectifs de développement durable (ODD) : l'objectif 8, l'objectif 12 et l'objectif 14, lesquels ont trait, respectivement, au travail décent et à la croissance économique durable, aux modes de consommation et de production durables et à l'exploitation de manière durable des océans et des ressources marines. Or, du fait même de son ampleur, de sa nature transversale et de ses connexions avec d'autres secteurs tout le long de sa vaste chaîne de valeur, le tourisme détient le potentiel de contribuer, directement et indirectement, à la totalité des 17 ODD. ONU Tourisme est l'agence officielle chargée de la gestion de trois indicateurs des ODD inclus dans le cadre de suivi des Nations Unies pour les objectifs de développement durable : les indicateurs 8.9.1 et 8.9.3 pour le suivi de la cible 8.9 sur la promotion du tourisme durable, et l'indicateur 12.b.1 sous la cible 12.b sur l'élaboration et la mise en œuvre d'outils pour surveiller le tourisme durable.
18. Les axes d'intervention de la **Priorité 1** sont les suivants :
 - a) **Développer les infrastructures du tourisme et les sites touristiques.**
 - i. Aider les gouvernements et les acteurs de l'industrie touristique à dialoguer avec les institutions financières internationales en les assistant dans la création d'outils permettant de présenter leurs données, tels que les lignes directrices pour l'investissement dans le tourisme.
 - ii. Aider les ministères du tourisme à faire entendre leur voix dans les processus décisionnels nationaux concernant les investissements dans les infrastructures qui auront une incidence sur le tourisme. La création du tout premier centre d'aide aux investisseurs facilitera la collaboration proactive avec le secteur privé en recueillant et en analysant les commentaires des investisseurs afin d'identifier les besoins régionaux en matière d'investissement, de rationaliser les flux de capitaux et de fournir des informations exploitables aux gouvernements nationaux.
 - iii. Travailler en coordination avec le plan d'attraction des investissements afin de donner la priorité aux projets d'infrastructure dans le domaine du tourisme. Le centre disposera également d'un tableau de bord des investissements qui fournira des rapports en temps réel, basés sur des données, sur les tendances et les opportunités pour les investisseurs. Cet outil permettra d'optimiser les flux d'investissement entre les régions et contribuera à une meilleure visibilité du secteur du tourisme dans l'économie mondiale.
 - b) **Renforcement des capacités institutionnelles et de la gouvernance dans le domaine du tourisme. Définition et mise en œuvre de plans, de politiques et de stratégies.**
 - i. Faire du tourisme un secteur clé au niveau national. Conseiller les États membres sur la manière de structurer le tourisme en tant que politique publique, en considérant les investissements publics et les partenariats public-privé comme les principaux catalyseurs permettant d'inscrire ce secteur dans l'agenda national en tant que priorité clé à prendre en compte et à mettre en œuvre par tous les ministères. De cette

manière, le tourisme se verra accorder une plus grande importance dans la primauté et la gouvernance au sein des régions.

- ii. Proposer aux Membres de nouveaux modèles conceptuels de gouvernance et de gestion, au niveau national et au niveau des destinations.
 - iii. Promouvoir activement le tourisme durable en tant qu'objectif dans les politiques nationales du tourisme et aligner les politiques et la planification du tourisme sur les objectifs de développement durable (ODD).
 - iv. Soutenir les Membres dans l'aménagement du territoire, en veillant à une utilisation efficace de ceux-ci, en définissant les zones touristiques prioritaires et en assurant la gestion des destinations.
- c) **Réviser, renforcer et harmoniser les cadres juridiques et réglementaires applicables au tourisme. Promouvoir les activités liées au droit du tourisme.**
- i. Renforcer les cadres juridiques et réglementaires applicables au tourisme aux niveaux national, régional et international, qui favorisent le développement durable du tourisme et sont conformes aux meilleures pratiques et normes internationales.
 - ii. Améliorer la capacité des États membres à élaborer, mettre en œuvre, réviser et optimiser une législation efficace en matière de tourisme grâce à une coopération technique ciblée.
 - iii. Promouvoir la création d'observatoires du droit du tourisme dans les six régions d'ONU Tourisme afin de favoriser une plus grande harmonisation juridique et une coopération régionale accrue entre les pays pour relever les défis communs et saisir les opportunités dans le secteur du tourisme.
 - iv. Renforcer le rôle central d'ONU Tourisme dans l'élaboration et l'harmonisation de normes et de recommandations internationales qui soutiennent le développement durable du tourisme et offrent une protection juridique et des garanties plus solides aux touristes, aux entreprises et aux communautés locales.
 - v. Promouvoir les initiatives et activités d'ONU Tourisme liées au droit du tourisme, tout en encourageant une plus grande implication et une participation active des experts et institutions universitaires dans ce domaine.
 - vi. Plaider en faveur de la reconnaissance du droit du tourisme en tant que branche indépendante du système juridique, tout en promouvant les connaissances dans ce domaine et en faisant mieux comprendre son rôle dans la promotion du développement durable du tourisme parmi les États membres et les principaux acteurs du tourisme.
 - vii. Promouvoir l'élaboration et la mise en œuvre de mécanismes alternatifs de résolution des différends pour le règlement international des litiges en matière de voyages et de tourisme, afin d'assurer un recours effectif et de renforcer la confiance des touristes.
- d) **Développer la base de données factuelles sur le tourisme : promouvoir les normes statistiques, leur mise en œuvre dans les pays, notamment par le renforcement des capacités et la consolidation des ensembles de données statistiques internationales, et promouvoir le tourisme dans les systèmes statistiques mondiaux et nationaux.**
- i. Développer la base de données factuelles sur le tourisme :
 - ONU Tourisme est la principale autorité mondiale en matière de statistiques touristiques, chargée de tenir à jour la base de données statistiques sur le tourisme la plus complète et la plus comparable au niveau international. La [base de données de statistiques d'ONU Tourisme](#) fournit plus de 200 statistiques clés sur le tourisme, collectées dans tous les pays du monde, sur : le tourisme récepteur, émetteur et interne, les industries du tourisme, l'emploi dans le

tourisme, les indicateurs basés sur le commerce et les indicateurs des ODD liés au tourisme.

- ONU Tourisme modernise en permanence ses processus de statistiques du tourisme afin de s'adapter aux besoins évolutifs du secteur et d'améliorer l'expérience des utilisateurs et des déclarants de données à travers le monde. La base de données intégrera progressivement les nouvelles technologies afin de rationaliser les processus, tirer le meilleur parti de l'énorme richesse des données actuellement collectées et permettre des extensions avec de nouveaux indicateurs basés sur le Cadre statistique de mesure de la durabilité du tourisme (CS-MDT).
 - Maintenir le rôle d'ONU Tourisme en tant que dépositaire officiel de l'ONU pour les indicateurs ODD 8.9.1 sur le PIB direct du tourisme, 8.9.2 sur les personnes employées dans les industries du tourisme et 12.b.1 sur la mise en œuvre d'outils pour mesurer le tourisme durable. Les données et les scénarios sont soumis pour être inclus dans [la base de données mondiale des indicateurs des ODD des Nations Unies](#), le [centre de données ouvertes sur les ODD des Nations Unies](#), ainsi que dans [le Rapport du Secrétaire général des Nations Unies sur l'état d'avancement de la réalisation des ODD](#) et le [Rapport des Nations Unies sur les ODD](#).
 - ONU Tourisme s'efforcera de s'aligner sur les exigences, les valeurs et les principes du système des Nations Unies et sur les demandes du Comité des statistiques d'ONU Tourisme. Cela comprend une évaluation de la situation et une proposition visant à évoluer (partiellement et progressivement) vers des données statistiques ouvertes dans le contexte d'ONU Tourisme.
- ii. Mesurer ce qui compte : normes des Nations Unies pour améliorer les données sur le tourisme
- Suite à l'adoption du [Cadre statistique de mesure de la durabilité du tourisme](#) par l'Assemblée générale d'ONU Tourisme (16-20 octobre 2023, Samarcande, Ouzbékistan) et son approbation par la Commission de statistique des Nations Unies (27 février - 1^{er} mars 2024, New York), ONU Tourisme prévoit de finaliser l'élaboration de la publication officielle sous copyright conjoint ONU-ONU Tourisme, ainsi que sa traduction dans toutes les langues officielles des Nations Unies.
 - Entamer la révision des Recommandations internationales sur les statistiques du tourisme 2008 et du Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008 pour que ces cadres statistiques fondamentaux restent adaptés à leur objectif dans un paysage touristique en rapide évolution. Ces révisions sont principalement motivées par la nécessité de tenir compte des transformations majeures du secteur du tourisme et de veiller à ce que ces documents soient alignés sur les dernières mises à jour des normes statistiques internationales connexes. Le processus de révision impliquera à la fois des travaux de recherche et de développement rigoureux et une approche transparente et inclusive visant à dégager un consensus. Un groupe d'experts spécialisé sera créé sous les auspices du Comité de statistique.
 - Harmoniser les statistiques touristiques avec les normes internationales les plus pertinentes afin de mieux positionner le tourisme et promouvoir sa mesure tout en assurant la cohérence avec le système statistique général : grâce à la recherche et au développement et à sa participation à des groupes d'experts et à des consultations, ONU Tourisme contribue au Manuel des statistiques du commerce international des services (MSCIS, sur le commerce des services) et au Système de comptabilité économique et environnementale (SEEE, sur les comptes environnementaux), tout en poursuivant la promotion du tourisme dans les initiatives des Nations Unies sur « Au-delà du PIB ».
 - S'appuyant sur le partenariat de longue date entre ONU Tourisme et l'OIT en matière de statistiques, les travaux se poursuivront sur une liste des professions

du tourisme qui sera coordonnée avec le processus de révision pluriannuel de la classification internationale type des professions (CITP) administré par l'OIT. Cette liste servira de base pour mesurer et mieux comprendre la dynamique complexe du marché du travail dans le secteur du tourisme, notamment les pénuries de main-d'œuvre et le manque de compétences.

- iii. Consolider le Comité des statistiques d'ONU Tourisme en tant qu'organe intergouvernemental central sur les statistiques du tourisme.
 - Assurer la mise en œuvre du mandat officiel que l'ONU a confié à ONU Tourisme en matière de statistiques du tourisme, qui consiste à collecter, analyser, publier, normaliser et améliorer les statistiques du tourisme, et à promouvoir leur intégration dans le système des Nations Unies.
- iv. Contribuer aux statistiques officielles mondiales en faisant régulièrement rapport à la Commission de statistique des Nations Unies et en participant aux travaux du Comité des statisticiens en chef du système des Nations Unies, à ceux du Comité de coordination des activités de statistique et à divers groupes d'experts des Nations Unies qui font progresser les travaux sur des questions de mesure connexes afin de positionner le tourisme et de l'aligner sur le Cadre environnemental, social et de gouvernance :
 - ONU Tourisme, en partenariat avec la World Sustainable Hospitality Alliance et easyJet Holidays, avance dans l'élaboration d'un cadre harmonisé en matière environnementale, sociale et de gouvernance (ESG) spécialement adapté au secteur du tourisme. Basé sur des recherches menées en collaboration avec le SDG Impact Lab de l'université d'Oxford, le [cadre ESG pour les entreprises touristiques](#) aidera les entreprises à mesurer et à rendre compte de leurs efforts et de leur impact en matière de développement durable de manière harmonisée, fiable et comparable. ONU Tourisme coordonne un comité consultatif réunissant diverses parties prenantes, tandis que des efforts sont en cours pour finaliser le cadre ESG.
 - L'élaboration du cadre ESG pour les entreprises touristiques s'accompagnera de conseils pratiques, notamment sur les meilleures pratiques pour rationaliser les processus de déclaration des entreprises, tout en tenant compte des exigences spécifiques du secteur du tourisme et des particularités des petites et moyennes entreprises.

e) Faciliter l'accès au financement.

- i. Réévaluer la participation et l'implication dans le Cadre de coopération des Nations Unies pour le développement durable, un mécanisme de soutien et de coordination dirigé par le Groupe des Nations Unies pour le développement durable (GNUDD) et ses nombreuses ressources aux niveaux régional, national et local, notamment en vue des travaux des bureaux régionaux d'ONU Tourisme. Passer à un modèle de financement catalytique.

f) Renforcement de la coopération interministérielle et de la coopération régionale/internationale.

- ii. Faciliter la coopération interministérielle sur les questions touristiques et une approche globale du développement touristique à l'échelle gouvernementale.
- iii. Accompagner les gouvernements et les acteurs de l'industrie touristique afin de promouvoir le secteur sur la scène internationale, en favorisant de nouveaux partenariats mondiaux avec des événements internationaux majeurs afin d'accroître la visibilité et la portée du tourisme à l'échelle internationale.

g) Garantir la sécurité et la sûreté, y compris la cybersécurité

- i. Aider les membres à anticiper et à comprendre les menaces, les risques et les crises afin de mieux y répondre et de mieux s'en remettre.

- ii. Intégrer ONU Tourisme dans les forums mondiaux tels que le Global Cybersecurity Forum ou d'autres dialogues multilatéraux au sein du système des Nations Unies.

Priorité 2 : Informations sur le marché, repenser le positionnement des destinations et le développement des produits

19. ONU Tourisme s'engage à fournir aux Membres et au secteur des informations pertinentes et actualisées sur les nouvelles tendances touristiques qui créent une valeur ajoutée pour l'économie et les sociétés. Les axes d'intervention relevant de la **priorité 2** sont les suivants :

a) De simples données à des informations et des connaissances exploitables

- i. Assurer la mise à jour des informations sur les flux et les dépenses touristiques internationaux, ainsi que des prévisions et des analyses des tendances grâce au [Baromètre mondial du tourisme d'ONU Tourisme](#).
- ii. Améliorer [les tableaux de bord de données et d'analyse](#) d'ONU Tourisme afin d'y inclure de nouveaux partenaires et indicateurs, tout en élargissant la communauté de pratique parmi les membres dans ce domaine, les Membres affiliés jouant un rôle clé en tant que source de données et d'informations sur le tourisme.
- iii. Aider les États membres à créer et à mettre en œuvre des systèmes nationaux d'information touristique.
- iv. Élaborer des scénarios prospectifs et des prévisions à l'horizon 2050.
- v. Mesurer la contribution du tourisme à la création d'emplois et au développement des compétences grâce à la création de l'Observatoire des emplois de l'avenir et de l'éducation d'ONU Tourisme, en surveillant l'impact de la numérisation sur l'emploi, en identifiant les lacunes en matière d'éducation et en fournissant des informations clés pour une prise de décision fondée sur des données.

b) Analyser les politiques touristiques

- i. Créer un rapport de référence semestriel afin d'évaluer les politiques et les performances touristiques sur les trois dimensions de la durabilité ainsi que sur la gouvernance.
- ii. Faire progresser l'analyse et l'orientation des politiques grâce à un nouvel outil en ligne sur les structures, les politiques et les initiatives nationales en matière de tourisme.

c) Développer et diversifier les produits touristiques

- i. Développement et diversification des produits. Réduire la saisonnalité, augmenter la durée des séjours et les dépenses, mettre en place une offre tout au long de l'année :
 - Créer de la valeur ajoutée, surmonter la saisonnalité, diversifier les destinations et les produits, améliorer la chaîne de valeur du tourisme et adapter le tourisme aux nouvelles tendances de la demande.
 - Promouvoir la création de connaissances et le partage des bonnes pratiques, le renforcement des capacités et le développement des compétences, ainsi que l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies nationales ou locales spécifiques sur le tourisme gastronomique et œnologique, le tourisme urbain, le tourisme de montagne, le tourisme d'aventure et de nature, le tourisme de santé, le tourisme sportif, le tourisme audiovisuel et le tourisme astronomique. ONU Tourisme reconnaît le rôle des Membre affiliés en tant qu'initiateurs et contributeurs clés dans ces domaines et dans d'autres, et s'efforcera de renforcer encore leur rôle et leur participation.
- ii. Poursuivre le développement du Programme d'ONU Tourisme pour un tourisme en faveur du développement rural selon les axes suivants :

- Consolider l'initiative des Best Tourism Villages et promouvoir le rôle du tourisme dans le développement rural dans les agendas locaux, régionaux, nationaux et internationaux.
- Renforcer les capacités et les compétences des acteurs concernée au niveau local dans les zones rurales et au niveau national dans les administrations nationales du tourisme, notamment en proposant régulièrement des formations de cadres aux États membres et aux autorités locales.
- Créer, échanger et diffuser des savoirs pour élaborer des politiques et gérer le tourisme de façon efficace en s'appuyant sur des données probantes, grâce à la création de l'Observatoire du tourisme rural.
- Travailler avec les États membres et les acteurs sur le terrain pour mettre en œuvre des approches innovantes, notamment par le biais du programme de petits dons pour le tourisme au service du développement rural.

d) Pénétrer de nouveaux marchés. Favoriser la promotion, l'image de marque et le positionnement des destinations (y compris via les nouveaux canaux numériques)

- i. Communiquer plus efficacement et pénétrer de nouveaux marchés et segments. Renforcement des capacités en ce qui concerne les réseaux sociaux et les données, ainsi que l'image de marque, le marketing et la segmentation.
- ii. Mieux connaître et promouvoir le **tourisme interne**. Le tourisme interne totalise environ six fois le nombre de voyageurs internationaux dans le monde, et la pandémie en a rappelé l'importance. ONU Tourisme élaborera des critères de référence concernant le développement du tourisme interne et les politiques y relatives, afin de présenter les bonnes pratiques et de fournir des orientations.

Priorité 3 : Promouvoir la durabilité, l'inclusion et la résilience : circularité, action pour le climat et biodiversité. Réduire les inégalités et promouvoir la culture.

20. Agir pour un tourisme plus durable, responsable et éthique ne consiste pas simplement à limiter et à maîtriser les impacts négatifs ; il faut optimiser constamment la performance du secteur pour augmenter au maximum sa contribution au développement durable. En effet, un tourisme bien géré a toutes chances d'être bénéfique, des points de vue économique et social, pour les populations locales. Le secteur du tourisme possède également tous les atouts pour sensibiliser et aider à la conservation de l'environnement ainsi qu'à la préservation des expressions culturelles.
21. À cette fin, des données plus nombreuses et de meilleure qualité doivent être collectées de manière à favoriser la transition vers un tourisme de plus grande qualité au service des personnes, de la planète et de la prospérité.
22. Les axes d'intervention correspondant à la **Priorité 3** sont :

a) Promouvoir des pratiques plus écologiques et circulaires. Protéger et gérer les ressources naturelles (eau, biodiversité). Atténuer les effets du dérèglement climatique et s'y adapter. Prévenir les phénomènes extrêmes et s'en remettre.

- i. Action climatique
 - Promouvoir le travail effectué par ONU Tourisme dans le cadre de la Déclaration de Glasgow et coordonner, contrôler et suivre la mise en œuvre des engagements pris par les signataires. Élaborer des documents d'orientation à l'intention des acteurs du tourisme (publics et privés) en vue d'accélérer l'action climatique.
 - Effectuer des examens et des évaluations périodiques pour mesurer la progression de l'action climatique dans les politiques nationales de tourisme, les examens nationaux volontaires et les contributions déterminées au niveau

national, et soutenir les Membres par l'application des bonnes pratiques, la réalisation d'analyses comparatives et le renforcement des capacités.

ii. Biodiversité

- Faire connaître le nouveau « Nature Positive Tourism Partnership » et élaborer des politiques qui encouragent la conservation de la biodiversité dans la planification et les activités touristiques.
- Soutenir, par la compilation et l'analyse systématiques d'expériences réussies, les éléments clés des activités touristiques qui mettent l'accent sur l'éducation à la biodiversité et l'appréciation de celle-ci et contribuent ainsi à créer une approche positive nette en matière de tourisme.
- Élaborer des documents d'orientation à l'intention des autorités locales qui mettent l'accent sur les aspects de gouvernance de ces partenariats efficaces et qui profitent à la fois au tourisme et à la biodiversité.

b) Promouvoir le développement durable du tourisme. Un tourisme à plus forte valeur ajoutée et à moindre impact.

i. Programme tourisme durable du réseau Une seule planète

- Consommation et production durables, et circularité.
- Promouvoir les initiatives catalytiques d'ONU Tourisme : Initiative mondiale sur les plastiques dans le secteur du tourisme, Feuille de route mondiale pour réduire le gaspillage alimentaire.

ii. Réseau international d'observatoires du tourisme durable (INSTO)

- Renforcer le rôle et la fonction de l'INSTO dans le suivi de la durabilité du tourisme au niveau des destinations et encourager de nouvelles destinations à adhérer à l'INSTO afin de renforcer sa présence et son influence à l'échelle mondiale.
- Évaluer la faisabilité d'une contribution annuelle des observatoires INSTO et leur passage au statut d'entités de catégorie 2.

c) Inclure les communautés locales et les groupes vulnérables. Garantir la qualité de vie et un travail décent dans les destinations.

- i. Sensibiliser les États membres à la façon de promouvoir, par le biais du tourisme, l'insertion professionnelle des communautés locales, des groupes vulnérables et traditionnellement marginalisés.
- ii. Promouvoir l'insertion professionnelle en entreprise des professionnels du tourisme et du personnel d'appui handicapés, en menant des essais pilotes, en promouvant les bonnes pratiques et en utilisant des boîtes à outils.
- iii. Développer des outils qui garantissent une répartition juste, éthique et équitable des avantages du tourisme aux communautés autochtones et au sein de celles-ci.

d) Promouvoir et sauvegarder le patrimoine culturel matériel et immatériel et les industries créatives

- i. Promouvoir le positionnement mondial et publier des documents de référence sur les liens entre le tourisme et la culture, leur gestion et leur commercialisation, en coordination avec les principaux partenaires internationaux de l'écosystème culturel.
- ii. Fournir des conseils et une formation aux États membres, y compris aux administrations nationales du tourisme et aux organisations de gestion des

destinations, sur l'intégration des industries créatives dans leurs produits et expériences de tourisme culturel.

e) Renforcer la résilience du tourisme

- i. Il est essentiel de renforcer la résilience du tourisme pour faire face aux diverses formes de chocs et de stress, notamment les changements climatiques, les catastrophes naturelles, les pandémies et les crises économiques. La durabilité et la résilience sont des concepts interdépendants, car une industrie touristique durable est intrinsèquement résiliente, capable de résister aux chocs et aux tensions tout en tenant compte des préoccupations environnementales, sociales et économiques.
- ii. Favoriser l'élaboration de modèles de gouvernance adaptatifs et inclusifs fondés sur des données actualisées et pertinentes couvrant tous les aspects de la durabilité, en tenant compte du nouveau cadre statistique de mesure durable du tourisme d'ONU Tourisme et des initiatives de l'INSTO.
- iii. Soutenir la planification stratégique pour réduire au minimum les impacts négatifs et optimiser les avantages, anticiper les éventuelles perturbations et élaborer des stratégies de reprise rapide afin de créer un secteur du tourisme solide, bénéfique et adaptable.

f) Autonomiser les jeunes grâce au tourisme. Développer le tourisme social

- i. ONU Tourisme reconnaît l'importance d'encourager activement les jeunes à faire part de leur vision du secteur, des défis auxquels ils sont confrontés et des opportunités de croissance et d'innovation qu'ils envisagent.

g) Égalité des sexes et autonomisation des femmes

- i. Sensibiliser les pouvoirs publics et le secteur privé à l'égalité des sexes.
- ii. Assurer la formation et le perfectionnement des fonctionnaires des États membres afin qu'ils puissent collecter et produire des données touristiques ventilées par sexe.
- iii. Mener des recherches au niveau régional sur l'autonomisation des femmes dans le tourisme et par le biais de celui-ci, et proposer des recommandations/programmes d'action pour les régions d'ONU Tourisme et les diverses industries touristiques.
- iv. Promouvoir l'intégration de la dimension de genre et les stratégies y relatives dans les administrations nationales du tourisme et les entreprises touristiques.
- v. Accroître les capacités des États membres à favoriser et mesurer l'emploi, l'entrepreneuriat, la formation, le leadership des femmes et le développement des communautés.
- vi. Offrir un mentorat en matière d'innovation, d'entrepreneuriat, de prise de parole en public et de leadership aux jeunes femmes et aux personnes issues de milieux vulnérables qui travaillent actuellement dans le secteur du tourisme.

h) Éthique

- i. Renforcer la mise en œuvre des principes du tourisme éthique et responsable dans l'élaboration des politiques par le biais d'instruments législatifs, réglementaires et volontaires, ainsi que de conventions internationales.
- ii. Accroître la visibilité des actions de RSE menées par les acteurs du tourisme et encourager un dialogue entre pairs afin de favoriser la reproduction de ces actions.
- iii. Recenser et récompenser, au plus haut niveau international, les exemples les plus remarquables de RSE.

- iv. Fournir une plateforme mondiale indépendante et impartiale pour discuter des questions les plus urgentes en matière de durabilité du tourisme, en tenant compte des aspects déontologiques et en formulant des recommandations.
- v. Positionner ONU Tourisme au sein du système des Nations Unies et de la communauté internationale en tant que principal promoteur mondial des principes du tourisme responsable, en optimisant tous les impacts positifs et en atténuant les impacts négatifs

i) Accessibilité

- i. Veiller à ce que les processus organisationnels et de développement de projets d'ONU Tourisme soient inclusifs pour les personnes handicapées, ce qui permettra d'intégrer l'accessibilité dans les administrations nationales du tourisme.
- ii. Continuer à créer des outils de politique et de stratégie touristiques, ainsi que de développement de produits, pour amener les administrations publiques, les destinations et les entreprises touristiques à adopter l'accessibilité universelle, sur la base des résultats d'enquêtes mondiales.
- iii. Sensibiliser les États membres et renforcer leurs connaissances et leurs compétences en ce qui concerne la conception, l'adoption et la mise en œuvre de politiques, de normes et de stratégies susceptibles de rendre l'expérience touristique accessible à toutes les personnes, handicapées ou pas.
- iv. Concevoir des politiques innovantes et des outils de développement de produits destinés aux administrations publiques, aux destinations et aux entreprises afin d'inclure les personnes handicapées et les seniors dans la planification touristique.
- v. Offrir des conseils techniques aux États membres sur l'amélioration de l'accessibilité tout au long de la chaîne de valeur du tourisme, notamment au secteur privé, aux opérateurs de transport, aux zones naturelles protégées et aux biens culturels, entre autres.
- vi. Entreprendre des recherches au niveau régional, compiler les bonnes pratiques et proposer des recommandations qui offrent des solutions efficaces axées sur les utilisateurs d'infrastructures, de produits et de services touristiques accessibles.
- vii. Renforcer les capacités et les compétences des États membres afin qu'ils puissent concevoir et mettre en œuvre des politiques, des normes et des stratégies en matière d'accessibilité visant à garantir que les expériences touristiques soient inclusives pour tous, indépendamment des capacités ou de l'âge des personnes.
- viii. Reconnaître et récompenser les bonnes pratiques internationales sur la base de critères et d'indicateurs techniques objectifs et mesurables.
- ix. Promouvoir le recrutement et le développement professionnel inclusifs des travailleurs handicapés, en renforçant les performances de la main-d'œuvre et la réputation des destinations et des entreprises. Fournir des conseils techniques aux États membres pour rendre les zones naturelles et protégées, ainsi que les sites culturels, davantage accessibles et mieux les relier à la chaîne de valeur du tourisme.

Priorité 4 : Favoriser la croissance économique, stimuler l'investissement et l'innovation : accélérer l'adoption de nouveaux modèles économiques

- 23. Il est nécessaire de permettre aux start-up de l'ensemble de la chaîne de valeur du tourisme de prospérer, de se développer et de répondre aux demandes et aux défis en constante évolution auxquels le secteur est confronté. En offrant un environnement propice à la création de start-up grâce à des concours et des défis, et en proposant des mécanismes de soutien comme des systèmes de mentorat, des possibilités de financement et un accès aux ressources, les

entrepreneurs seront en mesure de développer des solutions innovantes prêtes à être mises en œuvre qui auront un impact positif sur le secteur du tourisme.

24. Par ces moyens, ONU Tourisme cherche à promouvoir une **culture de l'innovation** et de la collaboration. L'Organisation reconnaît l'immense potentiel des entrepreneurs à forte capacité de développement pour susciter des changements porteurs de transformation et créer des pratiques touristiques durables. En facilitant leur croissance et leur évolution, elle contribue au développement global et à la résilience de la chaîne de valeur du tourisme mondial, notamment à l'amélioration de l'inclusion, à l'autonomisation des populations locales, à la compétitivité et à la gestion rationnelle des ressources, entre autres objectifs du vaste programme de développement durable.
25. Tirer parti de **l'innovation** et des **progrès numériques** : le tourisme a le pouvoir de contribuer à chacun des objectifs de développement durable, en particulier dans un monde qui considère désormais que l'innovation et l'entrepreneuriat jouent un rôle essentiel dans le développement. De même, la numérisation connaît un processus accéléré d'adoption et d'évolution, qui peut optimiser le potentiel du secteur en termes de croissance économique et de création d'emplois. Néanmoins, de nouvelles fractures numériques apparaissent et ONU Tourisme a un rôle clé à jouer pour combler ces écarts grâce à un écosystème sain aligné sur le Programme 2030.
26. Promouvoir une **culture de l'investissement** dans le tourisme. En tant que secteur transversal et résilient, le tourisme peut être porteur de changement grâce au financement innovant de projets à fort impact. En favorisant l'établissement de nouveaux cadres et en encourageant les États membres à se tourner vers des investissements non traditionnels, ONU Tourisme renforce son positionnement en tant qu'organisation technique dans le domaine de l'analyse économique et de l'évaluation des possibilités d'investissement à l'échelle mondiale en vue de faire du tourisme un secteur compétitif et durable.
27. De même, faire appel à divers acteurs permet de renforcer les programmes d'attraction et de promotion des investissements touristiques pour faciliter les investissements aux niveaux national et régional en collaboration avec le secteur privé et en s'appuyant sur la coopération multilatérale pour attirer les donateurs et les entreprises internationales. Cela permet d'atteindre l'objectif principal, qui est de soutenir la reprise économique du tourisme grâce à des investissements durables dans le cadre d'une approche globale dont les trois composantes sont les personnes, la planète et la prospérité.
28. C'est pourquoi ONU Tourisme plaide pour une stratégie visant à tirer parti des réseaux d'investissement mondiaux (coopération multilatérale, capital-investissement et capital-risque) afin de promouvoir, d'attirer et de faciliter les investissements dans le tourisme pour toutes les régions et tous les entrepreneurs. L'accent mis sur les investissements traditionnels et non traditionnels permet aux États membres d'élargir leurs perspectives économiques tout en encourageant les talents et en orientant les initiatives de conservation de l'environnement et de la culture.
29. Les axes d'intervention de la **Priorité 4** sont les suivants :

a) Favoriser l'innovation, la transformation numérique du secteur, y compris le programme d'action en matière d'intelligence artificielle

- i. Concours de start-up et défis de l'innovation d'ONU Tourisme. Recenser les start-up et les innovateurs qui proposent des solutions prêtes à l'emploi pour accélérer la réalisation des ODD par le biais de la technologie et de l'impact social. En outre, soutenir les États membres dans l'élaboration d'appels spécifiques à destination des entrepreneurs au niveau régional pour renforcer leurs écosystèmes touristiques nationaux et aborder des sujets complexes tels que la durabilité, les villes intelligentes, l'intelligence artificielle et les technologies de rupture, la gastronomie, le sport, etc.
- ii. ONU Tourisme cherche à faire de l'intelligence artificielle un outil de transformation du tourisme. En lançant de nouveaux programmes de recherche et en produisant des rapports sur son impact, ONU Tourisme souhaite contribuer à une meilleure compréhension du rôle transformateur de l'intelligence artificielle et de son potentiel pour faciliter une meilleure compréhension de la manière de favoriser le développement durable.

- iii. L'IA devrait être mise en œuvre dans l'écosystème de l'innovation. ONU Tourisme lancera des éditions régionales et mondiales du Concours de start-up dans le domaine de l'intelligence artificielle afin de permettre aux États membres d'accéder aux nouvelles technologies dans le secteur.
- iv. Forums d'innovation « Tourism Tech Adventures » d'ONU Tourisme. Tirer parti de ces forums fructueux pour mettre en relation des start-up et des innovateurs avec des investisseurs dans le cadre d'événements mondiaux organisés dans toutes les régions.
- v. Réseau d'innovation d'ONU Tourisme. Développer et soutenir les start-up et les innovateurs en les mettant en contact avec l'écosystème mondial d'entrepreneuriat touristique (start-up, pouvoirs publics, institutions, centres universitaires, grandes entreprises, investisseurs, hubs) pour la mise au point de projets pilotes et la diffusion des solutions les plus innovantes pour le secteur.
- vi. Programme d'action d'ONU Tourisme dans le domaine de l'intelligence artificielle :
 - a. Référentiel sur l'IA à l'usage des États membres : outil d'auto-diagnostic permettant aux États membres d'évaluer leur état de préparation et leur capacité d'adoption de solutions d'intelligence artificielle
 - b. Rapport et recommandations sur l'IA : informations stratégiques, analyse des politiques et directives pratiques pour étayer la prise de décision fondée sur les données factuelles dans le domaine de l'intelligence artificielle et du tourisme
 - c. Programme de formation à l'IA : cadre structuré de renforcement des capacités pour faire mieux connaître les applications d'IA et les implications de l'IA dans le secteur du tourisme
 - d. Nomenclature d'ONU Tourisme : cadre normalisé de classification et d'harmonisation des données touristiques publiques et privées
 - e. Académie en ligne d'ONU Tourisme : cours en ligne ouverts à toutes et à tous sur l'IA et l'innovation
 - f. Intégration de l'intelligence artificielle aux solutions d'apprentissage d'ONU Tourisme : réactions et retours d'information personnalisés, en situation et intelligents sur 1) l'Académie en ligne d'ONU Tourisme et 2) les cours d'apprentissage en ligne sur WhatsApp.
 - g. Transformeur génératif pré-entraîné pour les destinations touristiques : utilisation des données officielles des autorités touristiques nationales et locales pour fournir aux voyageurs des informations exactes en temps réel.

b) Attirer les investissements dans le tourisme. Encourager les IDE et les investissements locaux. Promouvoir l'esprit d'entreprise et la création d'emplois. Développer un environnement favorable aux entreprises.

- i. Directives et rapports d'ONU Tourisme sur l'investissement. Développer des initiatives de recherche pour attirer, promouvoir et mobiliser les investissements et encourager les investisseurs traditionnels et non traditionnels à accorder la priorité aux investissements dans le tourisme. Cela permet de réaliser des publications globales sur les tendances et les nouveaux mécanismes et d'établir des directives d'investissement par pays (rapports Tourism Doing Business) à la demande des États membres.
- ii. Investissements à fort impact et coopération multilatérale d'ONU Tourisme. Élaborer des projets, notamment des initiatives de renforcement des capacités, pour attirer, promouvoir et mobiliser les investissements : du capital-risque dans le domaine de l'innovation au capital-investissement, en passant par les cabinets familiaux et les investissements dans les infrastructures, afin d'encourager la chaîne de valeur du secteur à créer dans le tourisme des entreprises porteuses de sens.

- iii. Forums d'investissement d'ONU Tourisme et Réseau d'investissement d'ONU Tourisme. Renforcer les connexions à valeur ajoutée par l'organisation d'événements à fort impact qui permettent la mise en relation des États membres et des investisseurs du secteur privé (sociétés de capital-investissement, développeurs, cabinets familiaux, entre autres) afin d'ouvrir la voie au développement du tourisme.
- iv. En créant un Coin des investisseurs, ONU Tourisme cherche à renforcer la position du tourisme en tant que secteur économique clé. Ce coin servira d'instrument de promotion en direct des projets et permettra d'identifier les besoins régionaux, les flux de capitaux et de fournir des informations exploitables.
- v. ONU Tourisme identifie sa valeur dans la centralisation des informations pertinentes pour prendre des décisions en matière d'investissement.

c) Améliorer la connectivité : aérienne et maritime, interrégionale et intrarégionale. Faciliter les déplacements. Simplifier les régimes de visa.

- i. Relier les politiques relatives au transport aérien et maritime à celles qui concernent le tourisme, y compris le cadre politique et réglementaire, et faciliter l'ensemble du processus des voyages.
- ii. Catalyser la connectivité et la facilitation des visas pour la croissance du tourisme et le développement socio-économique : fournir des orientations aux parties prenantes sur les moyens de tirer parti du tourisme, du transport aérien et de la facilitation des visas.
- iii. En collaboration avec des organisations telles que l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI) et l'Association internationale du transport aérien (IATA), ONU Tourisme cherche à reconnaître le rôle du transport aérien dans le tourisme.

d) Encourager la coopération entre le secteur public et le secteur privé :

- i. Favoriser de nouveaux modèles de gouvernance fondés sur les partenariats public-privé (PPP), l'autonomisation des communautés et l'entrepreneuriat, de manière à créer un environnement propice aux entreprises touristiques et à produire un impact positif sur les communautés.
- ii. Promouvoir la collaboration entre les start-up, les grandes entreprises et les institutions publiques pour accélérer l'entrepreneuriat et l'investissement dans le secteur du tourisme, par l'entremise du Réseau mondial de l'innovation d'ONU Tourisme.
- iii. Forger des alliances entre les Membres et les partenaires d'ONU Tourisme, en particulier entre les entités publiques et privées du monde entier qui font partie du réseau des Membres affiliés, les États membres de l'Organisation et d'autres partenaires concernés.
- iv. ONU Tourisme intensifiera ses efforts pour élargir son réseau de Membres affiliés et réduire le nombre de retraits annuels. L'Organisation vise à accroître sa représentation régionale en Europe et à doubler sa présence au Moyen-Orient, dans les Amériques, en Asie-Pacifique et en Afrique.
- v. Soutenir la plateforme du Sommet Afrique-Amériques créée pour renforcer la collaboration entre les régions émergentes afin de développer de nouvelles opportunités pour leur agenda commun.
- vi. Développer les alliances et les accords avec les banques multilatérales de développement pour promouvoir les investissements.

e) Renforcer les liens dans la chaîne de valeur du tourisme, notamment pour les PME :

- i. Accélérer la reprise économique du secteur du tourisme en aidant les petites et moyennes entreprises (PME) et les start-up spécialisées dans les technologies du

voyage et de la mobilité pour mettre à profit les technologies numériques afin de créer des emplois et d'améliorer la résilience future des liens de la chaîne de valeur du tourisme.

Priorité 5. Investir dans les personnes : renforcer l'éducation et la formation, et consolider le capital humain pour un travail décent.

30. Le tourisme a démontré sa capacité à créer des emplois et des opportunités pour tous. Il demeure toutefois confronté à des défis qui doivent impérativement être relevés, comme le travail informel, la fuite des cerveaux, les écarts de rémunération, le manque d'effectifs et la pénurie de compétences. Pour ces raisons, **l'enseignement dans le domaine du tourisme** constitue une priorité à court et à long terme, en partant de l'hypothèse avérée selon laquelle l'investissement dans les personnes et leurs compétences conduit à de meilleures perspectives d'emploi. On estime que 882 000 emplois touristiques dans le monde nécessiteront chaque année la mise en place de formations professionnelles d'ici à 2030², ce qui signifie qu'ONU Tourisme sera appelée à fournir des services à ses États membres en vue de réaliser cet ambitieux objectif.
 - a) **Un enseignement de pointe pour les acteurs du tourisme.** Le tourisme est un secteur qui repose sur les personnes et qui nécessite des compétences solides et spécifiques. Mais il nécessite aussi des compétences orientées vers les services et en lien avec les technologies afin de proposer des expériences de voyage toujours plus nombreuses et diversifiées et, surtout, de développer les économies locales. Dans un monde fortement numérisé, il est essentiel de disposer de méthodes modernes et multidimensionnelles pour atteindre le large éventail de parties prenantes, de zones géographiques et de groupes démographiques de la chaîne de valeur du secteur.
 - b) **Créer des emplois plus nombreux et plus décents.** Innover en matière d'éducation, c'est aussi orienter le développement du capital humain vers des offres d'emploi nouvelles et concrètes. Le marché du travail et le tourisme évoluent rapidement alors que de nombreux systèmes de ressources humaines du secteur conservent une structure figée, ce qui se traduit par des écarts croissants en matière de rémunération et d'évolution de carrière. C'est pourquoi il est urgent de développer les compétences, notamment pour freiner la fuite des talents et favoriser en même temps la création de postes à valeur ajoutée.
31. Le secteur du tourisme verra apparaître de nouveaux types d'entreprises, de produits, de services et de professions, qui nécessiteront des compétences et des connaissances différentes. Pour répondre aux nouvelles demandes, l'ensemble des parties prenantes – les secteurs public et privé, ainsi que le monde universitaire – devront déployer des efforts concertés, ce qui permettra à ONU Tourisme de renforcer son rôle de chef de file et de contribuer à la création de ces synergies. L'Organisation s'engage également à promouvoir l'IA en tant qu'outil fondamental pour améliorer l'enseignement professionnel, entre autres.
32. La création d'emplois de qualité passe par un enseignement de qualité. Il est également essentiel que les jeunes aient très tôt une bonne image des emplois du tourisme et qu'ils soient soutenus par des initiatives interactives innovantes pour pouvoir intégrer le secteur en tant que futurs dirigeants hautement qualifiés, compétents et capables de s'adapter.
33. À cet égard, ONU Tourisme met en œuvre une stratégie holistique pour permettre aux professionnels actuels et futurs d'accéder à des programmes de perfectionnement et de reconversion de qualité à un coût abordable. En proposant de transformer l'éducation avec de nouveaux formats (en ligne et hybride), champs d'application (professionnel et managérial) et types (formel et apprentissage tout au long de la vie), l'Organisation vise à encourager les personnes à agir par elles-mêmes et les États membres et les établissements d'enseignement à se mobiliser pour créer de nouveaux cursus et programmes qui permettent au tourisme de se professionnaliser et d'être reconnu comme un secteur à valeur ajoutée en termes de création d'emplois de qualité.
34. Toutes ces initiatives seront mises en œuvre grâce à la contribution, en tant que conseiller, du Comité d'ONU Tourisme pour l'enseignement en ligne dans le domaine du tourisme et d'un groupe de dirigeants stratégiques issus des États membres et d'universités de premier plan.
35. Les axes d'intervention de la **Priorité 5** sont les suivants :

² OIT (2022)

- a) **Développement du capital humain : formation du personnel public (national et local) et privé (professionnalisme dans les services touristiques). En ligne et sur place.**
- i. **Académie en ligne d'ONU Tourisme.** Lancée en 2019³, elle est devenue la principale plateforme de formation en ligne dans le domaine du tourisme et de l'hôtellerie, avec plus de 40 000 utilisateurs et 50 cours de qualité que chacun peut suivre à son propre rythme. De nouveaux domaines thématiques, de nouvelles langues et de nouvelles bourses seront proposés dans le monde entier.
 - ii. En outre, des ressources internes telles que l'Académie en ligne d'ONU Tourisme seront encore accrues grâce à l'utilisation de l'IA afin d'améliorer les efforts de renforcement des capacités. ONU Tourisme cherche à doubler le nombre de bourses offertes aux États membres afin de mieux équiper les personnes travaillant dans le secteur du tourisme.
 - iii. Programme de bourses d'études de l'Académie en ligne d'ONU Tourisme : certificats de formation gratuits pour les États membres et les autres bénéficiaires.
 - iv. Formation des cadres (**Académie d'ONU Tourisme**). Cours et programmes de formation en ligne, sur place et hybrides, y compris une *formation des formateurs*, avec des experts mondiaux, selon les demandes des États membres.
 - v. Licence en tourisme international durable : programme de trois ans mettant à profit la vision et l'expertise d'ONU Tourisme, employant une méthode d'enseignement innovante et débouchant sur un diplôme officiel suisse. La deuxième promotion est attendue à l'automne 2025 après le succès de la première.
 - vi. Fonds dédié à l'éducation en partenariat avec des universités mondiales de premier plan. Cette initiative sera axée sur le développement de nouveaux programmes numériques et présentiels visant à améliorer la formation technique et professionnelle, élargissant ainsi l'accès à une éducation de qualité dans l'ensemble du secteur du tourisme.
 - vii. Académies internationales en collaboration avec ONU Tourisme. Aider les États membres à renforcer leur main-d'œuvre touristique grâce à des programmes de qualité et abordables conçus par des experts recommandés par ONU Tourisme ou en invitant des membres d'établissements d'enseignement supérieur de premier plan dans des lieux spécifiques. Ces académies internationales proposeront trois grands types de programmes : enseignement en ligne, enseignement hors ligne et formation des formateurs. Deux exemples en sont les académies en Zambie et au Zimbabwe. L'école hôtelière déjà établie à Riyad continuera à apporter son soutien à la région.
 - viii. Avec l'intégration de l'IA dans l'éducation, ONU Tourisme cherche à enrichir les programmes de formation professionnelle en créant des plateformes accessibles et à accroître ainsi sa capacité d'atteindre un plus grand nombre de travailleurs du secteur du tourisme. Au travers de WhatsApp par exemple, il devrait être possible de former plus de 30 000 professionnels. Assurer la qualité de l'éducation, en veillant à ce que les académies en ligne et sur site fonctionnent selon les normes les plus élevées :
 - **Ted.Qual d'ONU Tourisme** (Académie d'ONU Tourisme). Renforcer les capacités pour la certification de la qualité des programmes de tourisme, d'hôtellerie et des programmes connexes afin de garantir la cohérence des méthodes d'enseignement au niveau mondial.
 - **Lycées et enseignement secondaire.** À l'aide du Référentiel d'ONU Tourisme en matière d'éducation pour les lycées, travailler avec les États membres pour que le tourisme soit enseigné en tant que matière à part entière du programme scolaire.
- b) **Amélioration de la qualité des services, de l'expérience des visiteurs et de l'image des destinations.**

³ Le partenariat avec IE a été approuvé par le Conseil exécutif pour une durée allant jusqu'au 31 décembre 2031, conformément à la décision 3(CXVI).

i. Cours de gestion des destinations et boîtes à outils axées sur la qualité et l'image.

36. Dans tous ces domaines de travail, l'Organisation comptera sur le soutien de plusieurs établissements de recherche et d'enseignement qui figurent parmi les Membres affiliés, afin d'accroître la capacité d'ONU Tourisme à agir dans le domaine de l'enseignement et de la formation.

III. Structure du secrétariat

37. Les différents départements sont décrits dans le tableau ci-dessous :

| Sigle/Acronyme du département | Description |
|---|--|
| Direction | La direction comprend le Cabinet du Secrétaire général et les Directeurs exécutifs. |
| COMM Communications | <p>Le département de la communication d'ONU Tourisme apporte son concours au positionnement du tourisme dans le Programme de développement durable à l'horizon 2030, à l'amplification de l'empreinte numérique d'ONU Tourisme et à l'établissement de relations stratégiques avec les médias.</p> <p>En vue d'un rayonnement plus large et cohérent, ONU Tourisme a besoin de données pertinentes à la base. Le département de la communication place son action dans une démarche structurée, à visée stratégique, pour accroître la renommée de l'Organisation et son autorité, lesquelles apportent, à leur tour, de la valeur à la qualité de Membre et étendent la sphère d'influence d'ONU Tourisme.</p> |
| LAIS Affaires juridiques et normes internationales | <p>Le département des affaires juridiques et des normes internationales :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Fournit un soutien et des conseils juridiques à l'Assemblée générale, au Conseil exécutif et à d'autres organes statutaires, ainsi qu'aux comités intergouvernementaux. b) Donne des avis juridiques sur les questions qui se posent à l'Organisation, à partir de ses statuts, des textes fondamentaux et des règlements, des décisions des organes directeurs, de ses privilèges et immunités, ainsi que des accords. c) Examine les documents de conférence à soumettre aux organes directeurs et prodigue des conseils juridiques à leur sujet ; il participe à la rédaction des décisions et des résolutions des organes directeurs. d) Rédige, examine et fournit des conseils juridiques sur la conclusion et l'application d'accords et d'autres instruments juridiques avec les États membres, les organisations intergouvernementales, les organisations non gouvernementales et d'autres entités juridiques, ainsi que sur les contrats auxquels l'Organisation est partie. e) Fournit des conseils juridiques sur les questions et les politiques en matière de ressources humaines ; prodigue des conseils aux bureaux représentant le Secrétaire général devant le Comité paritaire de recours, et représente l'Organisation devant le Tribunal administratif de l'OIT et d'autres instances judiciaires et arbitrales. f) Soutient les activités d'achat de l'Organisation. g) Prodigue des conseils sur la procédure d'élaboration, d'adoption et de révision des instruments normatifs internationaux de l'Organisation et exerce les fonctions de dépositaire au nom du Secrétaire général en ce qui concerne les conventions d'ONU Tourisme. h) Exécute le programme de travail de l'Organisation relatif au droit du tourisme, donne des conseils sur la mise en œuvre du Code |

| | |
|--|--|
| | <p>international pour la protection des touristes et supervise les observatoires du droit du tourisme.</p> <p>i) Assure le secrétariat du comité technique du Code international de protection des touristes, et</p> <p>j) Exécute toute autre tâche confiée par le Secrétaire général compte tenu des implications juridiques et institutionnelles.</p> |
| SECU Sécurité | <p>Sous la direction du Cabinet du Secrétaire général, le département de la sécurité est chargé :</p> <p>De la relation avec le Département de la sûreté et de la sécurité du Secrétariat de l'ONU (DSS) et de l'application de la réglementation et des directives au sein de la structure d'ONU Tourisme et des procédures pertinentes (Système de gestion de sécurité des organismes des Nations Unies).</p> <p>Du contrôle de l'application des dispositions en matière de sécurité aux événements internationaux et de la liaison correspondante avec le pays hôte et ses services de sécurité.</p> <p>De la coordination avec les autorités espagnoles (affaires étrangères, intérieur, police).</p> <p>De la sécurité du bâtiment d'ONU Tourisme (sûreté et sécurité).</p> |
| COSE Services de conférence | <p>Les Services de conférence sont chargés :</p> <p>De la fourniture de services de traduction, d'interprétation, de terminologie, de directives éditoriales et d'autres types d'appui linguistique au secrétariat.</p> <p>De l'organisation des réunions de l'Assemblée générale, du Conseil exécutif et d'événements et activités connexes.</p> <p>De la gestion de la documentation de l'Assemblée générale et du Conseil exécutif, et</p> <p>De la fourniture de services d'appui de conférence aux autres programmes du secrétariat.</p> |
| RDAF, RDAM, RDAP, RDEU, RDME Départements régionaux (Afrique, Amérique, Asie-Pacifique, Europe et Moyen-Orient) | <p>Les départements régionaux (Afrique, Amériques, Asie-Pacifique, Europe et Moyen-Orient) sont chargés de coordonner et de suivre les activités réalisées dans chaque région d'ONU Tourisme, d'en rendre compte et de maximiser la participation de tous les Membres d'ONU Tourisme et les avantages pour eux. Étant en contact continu avec chacun des Membres et avec les organisations régionales pertinentes, les départements régionaux assurent une répartition géographiquement équilibrée, à la fois équitable et stratégique, des activités d'ONU Tourisme. En outre, les départements mettent au point une stratégie, avec le programme de travail qui en découle, en se fondant sur ce qui se fait de mieux en matière de politiques du tourisme et de gouvernance dans le tourisme. Ils établissent et maintiennent aussi des relations avec des États non-membres en vue de leur intégration à l'Organisation.</p> <p>Axes d'intervention :</p> <p>Établir, en coordination avec les autres départements, un système permettant de rendre compte de toutes les activités entreprises et des relations nouées dans chaque région.</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>Tenir la direction informée de toute l'actualité régionale (priorités, demandes émanant des Membres, etc.) ainsi que des autres programmes en ce qui concerne les activités de leur compétence.</p> <p>Contribuer activement à la diffusion et à la promotion de la production des départements opérationnels.</p> <p>Réunir toutes informations utiles concernant les États membres, en particulier, sans pour autant s'y limiter, à la demande des départements opérationnels.</p> |
| Bureaux régionaux et thématiques | <p>Les bureaux régionaux et thématiques d'ONU Tourisme font partie intégrante de l'Organisation. Ils opèrent sous la supervision du siège et sont étroitement alignés sur les mandats et les priorités d'ONU Tourisme. Ils renforcent l'impact de l'Organisation en tirant parti de sa présence mondiale et de son réseau pour mettre en œuvre des initiatives qui répondent aux besoins régionaux.</p> <p>Les Bureaux assurent la mise en œuvre efficace du programme de travail d'ONU Tourisme au niveau régional. Ils travaillent en étroite coordination avec le Siège pour diffuser les connaissances, soutenir la coopération technique et promouvoir les services et les produits de l'Organisation.</p> <p>Les bureaux régionaux et thématiques sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brésil, Rio de Janeiro : Bureau régional pour les Amériques, axé sur le renforcement de la promotion des investissements. • Japon, Nara : Bureau régional pour l'Asie et le Pacifique, axé sur la résilience du tourisme. • Ouzbékistan, Samarcande : Bureau thématique « Le tourisme sur la Route de la soie ». • Royaume d'Arabie saoudite, Riyad : Bureau régional pour le Moyen-Orient, axé sur a) l'éducation et b) le développement du tourisme rural. • Royaume du Maroc, Rabat : Bureau thématique pour l'innovation en Afrique. • Uruguay, Montevideo : Observatoire du droit du tourisme pour l'Amérique latine et les Caraïbes, hébergé par le Bureau thématique d'ONU Tourisme. • |
| IEI Innovation, éducation et investissements | <p>Le département d'innovation, éducation et investissements vise à renforcer l'écosystème mondial d'innovation et d'entrepreneuriat dans le tourisme, à étendre l'éducation à plus grande échelle à l'appui d'emplois à valeur ajoutée partout dans le monde, et à soutenir la reprise économique du tourisme par des investissements durables.</p> <p>Ses programmes phares sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Innovation : <ul style="list-style-type: none"> - Concours mondial de start-up pour les ODD d'ONU Tourisme - École de start-up d'ONU Tourisme b) Éducation : <ul style="list-style-type: none"> - Boîte à outils d'éducation pédagogique d'ONU Tourisme avec pour but d'inclure le tourisme dans les programmes de l'enseignement secondaire - Licence en tourisme international durable - Académies internationales en collaboration avec ONU Tourisme - Emplois d'ONU Tourisme du futur observatoire - Cours en ligne ouverts et massifs de formation professionnelle (Académie en ligne du tourisme d'ONU Tourisme) c) Investissements |

| | |
|---|--|
| | - « Tourism Doing Business » d'ONU Tourisme – Guides d'investissement pour des pays spécifiques |
| Académie | <p>Dans le cadre du département Innovation, éducation et investissements, l'Académie d'ONU Tourisme dirige les programmes d'éducation encadrés pour les États membres, les partenaires pour les programmes d'éducation formelle et effectue la certification Ted.Qual pour le tourisme, l'hôtellerie et les programmes connexes.</p> <p>L'Andorre sert de centre d'éducation rattaché à ONU Tourisme.</p> |
| IDC Développement international et coopération | <p>Le département Développement et coopération internationale a pour mission principale d'apporter des solutions concrètes, innovantes et techniques sur le terrain, en encourageant la collaboration interrégionale pour mettre en œuvre des projets pratiques et en fournissant un soutien direct aux États membres pour faire progresser le développement du tourisme durable. Grâce à son expertise pratique et à ses interventions sur mesure, le département garantit des résultats concrets et percutants. En outre, grâce à son approche coopérative, le département gère une collection de bonnes pratiques dans le secteur du tourisme (fournies par les États membres) afin de favoriser le partage d'expertise interrégionale et de soutenir l'application pratique de ces idées dans des projets et des initiatives d'assistance technique concrets.</p> <p>Le département agit dans le cadre des cinq piliers stratégiques suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développement du capital humain et de la qualité : améliorer les compétences et les normes dans le domaine du tourisme grâce à des stratégies ciblées en matière de développement des ressources humaines et de programmes de formation ; • Planification, développement et promotion : soutenir les efforts de planification globale et stratégique du tourisme, au niveau national et décentralisé ; • Sécurité des destinations : développer des cadres pour assurer la sécurité et la sûreté des destinations touristiques ; • Données pour la prise de décision : conférer aux parties prenantes les moyens de disposer de données et d'analyses solides pour guider les décisions stratégiques en matière de tourisme ; • Synergie de la Route de la soie : encourager la collaboration le long de la Route de la soie, en renforçant les liens culturels et économiques par le biais du tourisme. |
| SDT Développement durable du tourisme | <p>Le département Développement durable du tourisme s'intéresse aux moyens de produire des avantages sociaux, économiques et culturels pour les populations réceptrices grâce à un développement touristique durable tout en limitant à un minimum les impacts négatifs sur le milieu naturel et l'environnement socioculturel. Il se consacre aux politiques et aux instruments au service d'un développement touristique durable et à leur application aux différents types de destinations touristiques, en vue d'améliorer la durabilité et la résilience du secteur tant pour les opérations touristiques - y compris la circularité et l'action climatique - que pour la préservation de la biodiversité. Il prépare régulièrement des rapports sur les questions liées à la durabilité et à la résilience pour l'Assemblée générale des Nations Unies et coordonne les résolutions pertinentes de l'ONU.</p> |

| | |
|---|---|
| ECSR Éthique, culture et responsabilité sociale | <p>Le département Éthique, culture et responsabilité sociale est chargé de promouvoir un tourisme responsable, socialement inclusif et universellement accessible. Guidé par les dispositions du Code mondial d'éthique du tourisme, le département se concentre sur la promotion : 1) du principe de responsabilité des acteurs clé du tourisme et de la durabilité socioculturelle, 2) de la responsabilité sociale des entreprises et des pratiques commerciales conformes à l'éthique, 3) du tourisme accessible à tous, 4) de l'égalité des sexes et de l'autonomisation des femmes, 5) du tourisme autochtone, 6) de la jeunesse ; 7) du tourisme culturel et des industries créatives et 8) du dialogue interculturel pour la paix. Le département coordonne également les activités du Comité mondial d'éthique du tourisme et la mise en œuvre de la Convention-cadre d'ONU Tourisme relative à l'éthique du tourisme.</p> |
| MIPC Informations sur le marché, politiques et compétitivité | <p>La mission du département Informations sur le marché, politiques et compétitivité est de rendre les destinations touristiques plus compétitives et plus résilientes par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La création d'un guichet unique pour les données actualisées et pertinentes, les tendances du tourisme et les prévisions en mettant à profit les possibilités offertes par les mégadonnées (big data), la technologie et les partenariats, à l'appui d'une veille du marché encore plus poussée à l'échelon mondial et dans les États membres. - La création de connaissances et d'analyses comparatives sur les performances et les tendances à court terme du tourisme, la politique touristique et le développement de produits. - La mise au point de recommandations et de lignes directrices sur les politiques, la gestion des destinations et la gouvernance dans le domaine du tourisme. - Le soutien des États membres dans le développement de produits touristiques qui favorisent la compétitivité, l'inclusion et la résilience grâce à la diversification et à la valeur ajoutée, à savoir le tourisme pour le développement rural, la gastronomie et l'œnotourisme, le tourisme urbain, le tourisme de montagne, le tourisme de santé (médical et bien-être) et l'industrie des réunions. - La création de plateformes pour le partage des bonnes pratiques en matière d'informations, de politique, de planification, de développement concernant le tourisme et de gestion des destinations. - La promotion du tourisme pour le développement rural comme moyen de construire des territoires inclusifs et durables et de réduire les inégalités. |
| SSD Statistiques, Normes et Données | <p>Le département Statistiques, normes et données est chargé de faire progresser la qualité et l'harmonisation des données dans le cadre d'une prise de décision fondée sur des données probantes et de faciliter la collaboration au sein et au-delà du secteur du tourisme. Le département est chargé de remplir le mandat des Nations Unies dans le domaine des statistiques du tourisme, à savoir <i>recueillir, analyser, publier, unifier et améliorer les statistiques touristiques et promouvoir l'intégration de ces statistiques à l'échelle du système des Nations Unies</i>. En intégrant le développement de nouvelles normes, telles que le CS-MDT, le département s'efforce d'établir et de promouvoir la mise en œuvre de cadres de mesure et de meilleures pratiques reconnus au niveau mondial, qui favorisent l'obtention de données plus significatives et plus utiles permettant des politiques, un suivi et une évaluation plus efficaces, ainsi que l'identification de tendances clés. Le département se concentre sur les responsabilités clés suivantes :</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>a. Élaboration de normes : diriger l'élaboration et la mise à jour de normes internationales pour la production de statistiques du tourisme au moyen de développements conceptuels, de solutions de mesure innovantes et d'un processus de recherche de consensus.</p> <p>b. Mise en œuvre et développement des capacités : diriger l'élaboration d'orientations en matière de compilation, recueillir les meilleures pratiques et mener des initiatives de renforcement des capacités afin de consolider les capacités statistiques des États membres et des parties prenantes en fournissant une formation et une assistance technique.</p> <p>c. Compilation, gestion et analyse des données : collecter des données auprès de tous les pays du monde, valider, gérer et analyser les données touristiques afin de fournir des informations dignes de confiance, précises et actualisées aux parties prenantes en garantissant la qualité et la fiabilité des données dans leurs différentes dimensions, y compris la fiabilité et l'actualité.</p> <p>d. Diffusion des données et partage des connaissances : diffuser les statistiques du tourisme et les résultats des recherches à un large éventail d'acteurs par le biais de divers canaux et promouvoir l'accessibilité des données, la visualisation, le partage des connaissances, la transparence et la collaboration.</p> <p>e. Collaboration et partenariats : assurer la coordination des statistiques du tourisme au sein du système des Nations Unies, collaborer avec les offices statistiques nationaux, les ministères chargés du tourisme, les organisations internationales et les autres parties prenantes afin de favoriser l'amélioration continue des données sur le tourisme.</p> |
| AM-PPC Département Membres affiliés et collaboration publique-privée | <p>Le rôle central du département Membres affiliés et collaboration public-privé est de renforcer et d'étendre en permanence le réseau d'alliances entre l'Organisation, ses États membres, ses Membres affiliés et d'autres partenaires publics et privés dans le monde entier. ONU Tourisme dispose ainsi d'une base solide pour promouvoir la coopération public-privé à l'échelle mondiale, tout en apportant des contributions et un soutien précieux, ce qui lui permet d'offrir une plus grande valeur et de meilleurs services à ses Membres et au secteur mondial du tourisme.</p> |
| IRPA Relations institutionnelles et Partenariats, et plaidoyer | <p>Le département Relations institutionnelles et partenariats et du plaidoyer fournit au secrétariat des recommandations sur les politiques à mener dans le domaine des relations extérieures et du financement du développement, pour permettre à ONU Tourisme d'accomplir sa mission dans le Programme 2030. Le département joue un rôle clé dans la promotion de partenariats stratégiques en plaidant pour le tourisme dans le développement mondial et en renforçant l'influence d'ONU Tourisme. Il cultive des collaborations avec des organisations internationales, des institutions financières et d'autres parties prenantes pour faire progresser le tourisme durable. Le département facilite également le dialogue et l'échange de connaissances, renforce les relations institutionnelles au sein du système des Nations Unies et positionne stratégiquement ONU Tourisme comme chef de file mondial en matière de politique et de plaidoyer dans le domaine du tourisme.</p> <p>Dans le système des Nations Unies, l'accent est mis fortement sur : a) la conclusion de partenariats stratégiques avec des organismes des Nations Unies et d'autres institutions, y compris les institutions financières internationales (IFI) et d'autres parties prenantes ; b) le travail de plaidoyer pour le tourisme dans le commerce mondial et le</p> |

| | |
|---|---|
| | programme de développement ; et c) le renforcement des capacités et la mobilisation de ressources par le biais de partenariats stratégiques. |
| BDFN Budget et finances | Le département Budget et finances est chargé, conformément au Règlement financier et règles de gestion financière d'ONU Tourisme, d'établir et de suivre l'exécution du budget d'ONU Tourisme, de produire les états financiers de l'Organisation suivant les normes IPSAS, de rédiger les dispositions des règles, réglementations et politiques financières d'ONU Tourisme ainsi que des rapports budgétaires et financiers aux organes directeurs d'ONU Tourisme et autres parties prenantes, de la comptabilité, de la gestion de la trésorerie et des placements, du suivi des effets à recevoir et à payer, de la gestion des états de paie, et de la liaison avec les commissaires aux comptes externes et d'autres acteurs comme les institutions financières. Le département fournit aussi des avis sur les clauses financières des accords et autres engagements juridiques et sur les besoins fonctionnels du modèle de données et des données de référence du système de gestion de l'information financière de l'Organisation. |
| GESE Services généraux | Le département Services généraux est chargé de la fourniture de services de voyage aux fonctionnaires pour les missions, d'assurer la maintenance nécessaire et appropriée de l'infrastructure du bâtiment du siège, des contrats d'équipements collectifs, de la fourniture de services de sécurité, de la gestion des services de reprographie et d'impression, de la distribution de la messagerie et des documents internes et des services internes de transport. |
| HR Ressources humaines | Le département Ressources humaines est chargé du recrutement, de l'administration des questions de personnel et de la formation de tout le personnel d'ONU Tourisme. Il est également chargé des diverses fonctions administratives liées au recrutement de titulaires de contrats de service, experts, stagiaires et autres employés. |
| ICT Technologies de l'information et de la communication | Le département Technologies de l'information et de la communication (TIC) est chargé de fournir des services technologiques et un appui technique à l'Organisation dans le domaine informatique et de la communication (courrier électronique, intranet, micro-informatique, applications, réseau, etc.). |

Annex I: Action outlines, outcomes and outputs

38. Embedded in the General framework of the Draft Programme of Work 2026-2027, the following tables propose different areas of work, per strategic objective or programmatic priority, an overview of the expected outcomes/outputs, as well as the department(s) responsible for their implementation, provided sufficient funding (regular budget or voluntary contributions) is available.

List of acronyms:

AM-PPC: Affiliate Members and Public-Private Collaboration

COMM: Communications

COSE: Conference Services

ECSR: Ethics, Culture and Social responsibility

ED: Executive Director

GESE: General Services

ICS: Information and Communication Services

IEI: Innovation, Education and Investment

IDC: International Development & Cooperation

IRPA: Institutional Relations, and Partnerships and Advocacy

LAIS: Legal Affairs and International Standards

MIPC: Market Intelligence, Policies and Competitiveness

ODs: Operational Departments

OFSG: Office of the Secretary-General

RDs: Regional Departments

RDAF: Regional Department for Africa

RDAM: Regional Department for the Americas

RDAP: Regional Department for Asia and the Pacific

RDEU: Regional Department for Europe

RDME: Regional Department for the Middle East

ROAM: Regional Office for the Americas

ROAP: Regional Office for Asia and the Pacific

ROME: Regional Office for the Middle East

ROs: Regional offices

TOAF: Thematic Office for Innovation in Africa

SDT: Sustainable Development of Tourism

SSD: Statistics, Standards and Data

WCTE: World Committee on Tourism Ethics

Objective 1: Leading in tourism, positioning tourism in the global agenda, through advocacy, knowledge creation, policy guidance and diversification of services

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ⁴ (Yes/No) | XB ⁵ (Yes/No) | SDGs |
|---|--|---|-----------------------------|-----------------------------|------|
| O1-A. Advocacy and coordination: Advocating for the inclusion of tourism in national, regional and international agendas as a major driver in supporting the world economy and building a more sustainable, inclusive and resilient future for all. Supporting consistent coordination within and between States, the private sector, international organizations and civil society as one strong voice. | <ul style="list-style-type: none"> Coordinate reports and resolutions featuring tourism with UN and other international (including financing) organizations, Position tourism in the G20, G7, EU, ASEAN and APEC Agendas | OFSG, EDs, IRPA, SSD, IDC, ODS, RDs, ROME, ROAM | Y | Y | All |
| O1-B. Knowledge creation and policy recommendations: Leading research on tourism, building alliances for better knowledge creation and dissemination, and formulation of policy recommendations and guidelines to ensure the sector's sustainable growth, competitiveness and resilience, while integrating the vast expertise of a wide range of stakeholders, especially Affiliate Members. | <ul style="list-style-type: none"> Creation of online tools to share and disseminate knowledge – Tourism KNOW platform. Production of publications Leverage the expertise of Affiliate Members to support Member States | MIPC, ICS AM-PPC, ODS | Y | Y | All |
| O1-C. Scaling up the evidence base for tourism: As the leading global authority on tourism statistics, develop and maintain international statistical standards for a 360-degree measurement of tourism, forging consensus in the sphere of the UN system. | <ul style="list-style-type: none"> International Standards Development tourism statistics Data Compilation, Management and dissemination | SSD | Y | Y | All |
| O1-D. New online services to Members: Providing tailor-made services for the specific needs of Members, including knowledge hubs, | <ul style="list-style-type: none"> Conduct survey on priorities, including new services | OFSG, EDs, ODS, RDs, ROs, All | Y | | All |

⁴ RB: Regular Budget, from assessed contributions

⁵ XB: Voluntary contributions

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ⁴ (Yes/No) | XB ⁵ (Yes/No) | SDGs |
|--|--|----------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------|
| communities of practice, training courses and capacity building programmes for the tourism sector addressing public- and private-sector stakeholders alike. | <ul style="list-style-type: none"> Online capacity-building workshops (see notably priority 5) | | | | |
| O1-E. Acting as advocates of public-private collaboration: Through its Affiliate Membership, UN Tourism has a unique position as the only UN agency that has the private sector among its Members. The Organization will work to forge its status as a facilitator of synergies and cooperation across its diverse and far-reaching membership, with a special focus on bringing together both public and private stakeholders. | <ul style="list-style-type: none"> Affiliate Members-Driven Services for UN Tourism ESG Framework for Tourism Businesses Cooperation within the framework of technical cooperation projects and other initiatives Promote public-private-community partnership | AM-PPC, SSD, IDC, ODs, ROs | Y | Y | 4, 8, 9, 12, 16, 17 |
| O1-F. Tourism and communication: Creating new platforms such as a communication lab, UN Tourism TV, and a UN Tourism podcast, illustrating how tourism is increasingly reinforcing its role on the global agenda and allowing members to showcase and share good practices. | <ul style="list-style-type: none"> Communications Lab, UN Tourism Podcast, Tourism Talks, etc. | COMM | Y | Y | All |

Objective 2: Expanding the Organization and membership. Increase resources, capacity and ownership, through strategic partnerships.

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ⁶ (Yes/No) | XB ⁷ (Yes/No) | SDGs |
|---|---|--------------------|--------------------------|--------------------------|------|
| O2-A. Attracting new Member States: Based on leading knowledge and policy drive, UN Tourism will | <ul style="list-style-type: none"> Priority will be given to the United Kingdom and the Nordic and Baltic States in Europe, the Americas, notably the United States of America | RDs, Ros, ODs, All | Y | Y | 17 |

⁶ RB: Regular Budget, from assessed contributions

⁷ XB: Voluntary contributions

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ⁶ (Yes/No) | XB ⁷ (Yes/No) | SDGs |
|--|--|---------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------|
| continue actively working towards attracting new Members. | and Canada, and East Asia and the Pacific, as well as the Small Island Developing States (SIDS) from the Caribbean and the Pacific. • Demonstrate the political and technical value of UN Tourism membership | | | | |
| O2-B. Increasing resource mobilization for both knowledge creation and capacity development including technical assistance projects. UN Tourism will intensify its resource mobilization efforts to enhance its knowledge creation, support a wide range of States through technical assistance projects for more sustainable and competitive tourism development, including facilitation for new public or private investment flows. | <ul style="list-style-type: none"> • Explore reengagement with UNSDG to take fuller advantage of UN system • Draft a resource mobilization strategy (identification of prospective donors, mapping of priorities, opportunities, projects) • Resource mobilization for policy research and capacity building • Unlock catalytic finance for impact | Management, IRPA, IDC, ODS, ROs | Y | | 16, 17 |
| O2-C. Expanding the Organization: UN Tourism will keep working on the governance model supporting the opening of regional and thematic offices worldwide. As one of the most challenging steps ever taken by the Organization, this expansion is also one of the most efficient ways to upscale the Organization's impact and increase its human and financial resources. It also increases Members' ownership of the Organization's regional political action, as well as its capacity for relevant knowledge development. | <ul style="list-style-type: none"> • Reinforce current regional and thematic offices and explore possible establishment of new offices • Promote Category 2 entities (in collaboration with UN tourism) to strengthen financial and resource base | Management, , All dep | Y | Y | 9;17 |
| O2-D. Developing new strategic partnerships: Following the model of other UN system entities, generate resources and create value by strengthening cooperation with institutions, academia, civil society, philanthropy, and the private sector, thus unlocking and scaling up the capacity to deliver. New engagement with the United Nations, | <ul style="list-style-type: none"> • Draft a partnership strategy, in line with the resource mobilization strategy | EDs, IRPA, IDC, ODS, RDs, ROs | Y | | 17 |

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ⁶ (Yes/No) | XB ⁷ (Yes/No) | SDGs |
|---|--|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|------|
| and other international organizations leveraging joint efforts, competencies and resources. | | | | | |
| O2-E. Attracting leading tourism entities under the umbrella of the UN Tourism Affiliate Membership: By reforming the governance structures of the Affiliate Members and building on the Expansion Strategy for a Quality-Oriented and Balanced Affiliate Membership, the Organization will continue attracting high-level tourism entities that bring expertise, innovation, and strategic value to both the Organization and the sector. | <ul style="list-style-type: none"> Keep promoting the UN Tourism Affiliate Membership through the Expansion Strategy for a Quality-Oriented and Balanced Affiliate Membership: statutory and dedicated events, local partners in projects, etc. | AM-PPC, COSE, ODs, IDC, RDs, ROs | Y | Y | 17 |

Objective 3: Transforming the Organization for a better future. More agile and effective governance. Embracing UN values and multilateralism for realizing the 2030 Agenda.

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ⁸ (A, B, C) | XB ⁹ (Yes/No) | SDGs |
|--|--|------------------------------------|---------------------------|--------------------------|----------|
| O3-A. Result-oriented and strategic planning in alignment with Members' priorities and the current global context to build resilience and achieve inclusive and green growth for realizing the 2030 Agenda. | <ul style="list-style-type: none"> Strategic Plan for the Organization, in line with current UN80 initiative, including regional agendas | Management, EDs, , all departments | | | |
| O3-B. Measuring performance and external outcomes through a strategic balance scorecard, key performance indicators and a performance management system to achieve a working culture of excellence. | <ul style="list-style-type: none"> Set indicators on the contribution of tourism projects and initiatives to the achievement of the SDGs, using the Toolkit of Indicators for Projects (TIPs) | IRPA, all departments | Y | | All SDGs |

⁸ RB: Regular Budget, from assessed contributions

⁹ XB: Voluntary contributions

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ⁸ (A, B, C) | XB ⁹ (Yes/No) | SDGs |
|--|---|-----------------------------|---------------------------|--------------------------|-----------|
| O3-DC. OECD DAC reporting on UN Tourism ODA share in its programme of work. Valuing the relevance for Member States to report their UN Tourism Assessed contribution (85 to 89%) to the OECD Development Assistance Committee as share of total national Official Development Aid | <ul style="list-style-type: none"> Annual reporting of all UN tourism activities based on a formula to extract and aggregate ODA value. | IRPA | | | |
| O3-D. Strengthening institutional framework, compliance, ethics and internal oversight functions through the continuation of audit services from UN OIOS focusing on improving governance structure, the use of resources, and service delivery. Exploring the feasibility—resources permitting—to strengthen the Secretariat's capability to comply with donors' standards and implement new administrative and financial agreements with multilateral donors. | <ul style="list-style-type: none"> Implement and report on recommendations by External Auditors, OIOS and JIU | Management, all departments | Y | Y | 16 |
| O3-E. New Headquarters facilities , provided by the Kingdom of Spain, offering a better work environment for UN Tourism personnel, as well as adequate space for technical and statutory events with UN Tourism Members. | <ul style="list-style-type: none"> Establish New Headquarters facilities, in collaboration with the Spanish Government | Management, COSE, GESE | Y | | 17 |
| O3-F. Security, trust and multilateralism | <ul style="list-style-type: none"> Integrate UN Tourism into global fora such as the Global Cybersecurity Forum and other multilateral dialogues within the United Nations system. | | | | |
| O3-G. Implementing a Content Management System (CMS) to ensure effective coordination of content and advance an Organizational Knowledge System . | <ul style="list-style-type: none"> Develop a Content Management System for the Organization's Research | MIPC, ICS | Y | | All |
| O3-H. Advancing innovation internally to be at the forefront of the Digital Agenda through streamlining daily tasks and facilitating data-driven decision | <ul style="list-style-type: none"> Strengthen the internal Artificial Intelligence Adoption Committee | ICS, IDC | Y | | 9, 16, 17 |

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ⁸ (A, B, C) | XB ⁹ (Yes/No) | SDGs |
|--|--|--------------------|---------------------------|--------------------------|------|
| making through a two-pronged approach: encouragement of a culture of innovation within personnel and introduction of artificial intelligence for enhancing efficiency of internal processes. | <ul style="list-style-type: none"> Integration of innovative tools (e.g., Monday, InnAudit) to enhance internal coordination and delivery of projects | | | | |

Priority 1: Building better and strong institutions: Policies, Legislation and Data

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁰ (Yes/No) | XB ¹¹ (Yes/No) | SDGs |
|--|---|---------------------|---------------------------|---------------------------|--------------|
| P1-A. Developing tourism infrastructures and tourism sites. <ul style="list-style-type: none"> Helping governments and tourism industry stakeholders to dialogue with international finance institutions by helping them create tools to showcase their data. Supporting tourism ministries to have a better say in the decision-making process at the national level regarding investments in infrastructures which will affect tourism. Working in coordination with the investments attraction plan to prioritize infrastructure projects on tourism. | <ul style="list-style-type: none"> Enhance strategic engagement with International Financial Institutions and key international organizations, to promote financing for development, including green investment in tourism Support Member States through specific capacity-building Develop guidelines related to infrastructure | IRPA, IEI, IDC, SDT | Y | Y | 8, 9, 11, 12 |
| P1-B. Strengthening tourism institutional capacity and governance. Defining and implementing plans, policies and strategies. <ul style="list-style-type: none"> Establishing tourism as a key national sector. | <ul style="list-style-type: none"> Guide Member States on how to structure tourism as a state policy considering public investments and public-private partnerships to insert the sector in the national agenda to be considered by all ministries. | MIPC, IDC | Y | Y | SDG 17 |

¹⁰ RB: Regular Budget, from assessed contributions

¹¹ XB: Voluntary contributions

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁰ (Yes/No) | XB ¹¹ (Yes/No) | SDGs |
|---|---|---|------------------------------|------------------------------|---------------|
| <ul style="list-style-type: none"> Offering Members new conceptual governance and management models, at national and destination levels. Actively promoting sustainable tourism as an objective within national tourism policies and align tourism policy and planning with the Sustainable Development Goals (SDGs). Support Members in land planning, ensuring efficient use of territories, defining priority tourism areas, and destination management. | <ul style="list-style-type: none"> Provide a self-assessment tool for destinations (Destination NET+) Support member states in the implementation of plans, policies, and strategies | | | | |
| <p>P1-C. Reviewing, strengthening and harmonizing legal and regulatory frameworks applicable to tourism. Promoting Tourism Law activities.</p> <ul style="list-style-type: none"> Strengthening legal and regulatory frameworks applicable to tourism at national, regional and international levels. Improving the capacity of Member States to draft, implement, review and optimize effective tourism legislation. Promoting the establishment of Tourism Law Observatories across the six regions of UN Tourism. Increasing UN Tourism's pivotal role in the development and harmonization of international standards and recommendations. Advocating for the recognition of Tourism Law as an independent branch of the legal system. Promoting the development and implementation of alternative dispute | <ul style="list-style-type: none"> Development and harmonization of international standards, such as the "International Code for the Protection of Tourists" Support member states in developing tourism laws and regulatory frameworks Advance with the work of the Tourism Law Observatory for the Americas and the Caribbean Establish the Tourism Law Observatory for the Middle East Continue working on short-term rental regulation | LAIS, ROs, IDC, RDEU, MIPC, RDs, EDs, All | Y | Y | 1,8,11,16, 17 |

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁰ (Yes/No) | XB ¹¹ (Yes/No) | SDGs |
|--|--|--------------------|------------------------------|------------------------------|--------------|
| resolution mechanisms for the international settlement of travel and tourism disputes. | | | | | |
| P1-D. Scaling up the evidence base of tourism: promoting statistical standards, their implementation in countries including through capacity building, and strengthening international statistical dataset, and promoting tourism within global and national statistical systems. <ul style="list-style-type: none"> Scaling up the evidence base for tourism Measuring what matters: UN Standards to advance tourism data Empowering the UN Tourism Committee on Statistics as the central intergovernmental body on tourism statistics. Contributing to global official statistics, advancing related areas of measurement to ensure the positioning of tourism and its alignment | <ul style="list-style-type: none"> Update, expand (new indicators) and modernize (new technologies) the Tourism Statistics Database to enhance the data users' and data reporters' experience Develop a list of tourism occupations, in cooperation with ILO Support the development of national Systems of Tourism Statistics Support the Committee on Statistics and the Expert Group on MST Revise the <i>International Recommendations on Tourism Statistics</i> (IRTS) and the <i>Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework</i> (TSA:RMF) Finalize the ESG Framework for Tourism Businesses | SSD | Y | Y | 1, 8, 11, 17 |
| P1-E. Facilitating access to development finance. | <ul style="list-style-type: none"> Re-evaluating participation and engagement with the UN development system framework led by the UN Sustainable Development Group (UNSDG) and its numerous resources at regional, national and local level, notably in view of the work of the UN Tourism regional offices. | IRPA, ROs | Y | | |
| P1-F. Strengthening interministerial and regional/international cooperation. <ul style="list-style-type: none"> Facilitating interministerial cooperation in tourism issues and a whole-of-government approach to tourism development. | <ul style="list-style-type: none"> UN Tourism Africa & Americas Summit Foster knowledge sharing and expertise, notably through awards | RDAF, RDAM, IDC | | | 10, 17 |

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁰ (Yes/No) | XB ¹¹ (Yes/No) | SDGs |
|---|---|---|------------------------------|------------------------------|------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> Accompanying governments and tourism industry stakeholders to advocate for the sector in the international sphere, fostering new global partnerships with major international events to expand visibility and outreach of tourism in the international sphere. | | | | | |
| P1-G. Ensuring security and safety, including cybersecurity <ul style="list-style-type: none"> Supporting Members in anticipating and understanding threats, risks and crises, to better respond to, and recover from them. Integrating UN Tourism into global forums such as the Global Cybersecurity Forum or other multilateral dialogues within the United Nations system. | <ul style="list-style-type: none"> Capacity-building on before, during, after crisis management in tourism destinations. As part of the Safety of Destinations (SAFE-D) initiative. On-line repository on crisis management in tourism destinations Initiatives with UN partners at the global level (UNOCT, UNICRI) | IDC, IEI, SDT, in coordination with RDs and ROs | | Y | 1, 8, 11, 12, 16 |

Priority 2: Market intelligence, rethinking destination positioning and product development

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹² (Yes/No) | XB ¹³ (Yes/No) | SDGs |
|---|---|--------------------|------------------------------|------------------------------|------|
| P2-A. From data to intelligence and insights for action <ul style="list-style-type: none"> Ensuring the most updated information on international tourism flows and spending as well as forecasts and sentiment analysis. | <ul style="list-style-type: none"> Continue World Tourism Barometer, International Tourism Highlights Update and enlarge the Tourism Data Dashboard Forecasting and Scenario Planning Towards 2050 | MIPC, ODS, AM-PPC | Y | | All |

¹² RB: Regular Budget, from assessed contributions

¹³ XB: Voluntary contributions

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹² (Yes/No) | XB ¹³ (Yes/No) | SDGs |
|--|--|--------------------------------|------------------------------|------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> Support Member States to create and implement national tourism intelligence systems. Measure the contribution of tourism to job creation | | | | |
| P2-B. Analysing tourism policies <ul style="list-style-type: none"> Creating a biannual Benchmark Report to measure Tourism Policies and Performance on the three dimensions of sustainability as well as governance. Advancing policy analysis and guidance through a new online tool on national tourism structures, policies and initiatives. | <ul style="list-style-type: none"> UN Tourism Policy Dashboard (including Short Term Rentals), G20 Tourism Dashboard, etc. World Tourism Report: Benchmark Tourism Performance and Policies on the three dimensions of Sustainability and Governance | MIPC | | Y | All |
| P2-C. Developing and diversifying tourism products <ul style="list-style-type: none"> Promote diversified products, longer stays, enhanced competitiveness and resilience Product development and diversification. Reducing seasonality, increasing length of stay, building a year-round offer. Further developing the UN Tourism Programme on Tourism for Rural Development. | <ul style="list-style-type: none"> Events, trainings and publications on different tourism segments: thermal tourism, sport tourism, gastronomy tourism, wine tourism, health (medical and wellness) tourism, cycling Tourism, urban tourism, mountain tourism and meeting industry Partnership with FAO, UN-HABITAT, World Tourism Cities Federation (WTCTF), European Cycling Federation and UNESCO Establish Oman's Centre for Culinary Arts Support Member States through Tourism Diversification Strategies Best Tourism Villages (BTV) Initiative: <ul style="list-style-type: none"> New editions, mentoring programme, network of villages, trainings, research, etc. Self-Assessment Tool to Assist Rural Destinations (STAR) Small Grants Programme | MIPC, AM-PPC, ODs, RDs, ROs | | Y | 1, 2, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17 |
| P2-D. Marketing destination. Accessing new markets. Fostering promotion, branding and positioning of destination (including via new digital channels) | <ul style="list-style-type: none"> Brand Africa Initiative Support Member States with marketing analysis Support Member States in fairs: FITUR, ITB, WTM, Tourism Expo Japan, etc. | MIPC, RDs, ROs, IDC, SSD, COMM | Y | Y | All |

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹² (Yes/No) | XB ¹³ (Yes/No) | SDGs |
|--|---|--------------------|------------------------------|------------------------------|------|
| <ul style="list-style-type: none"> Communicating more effectively and entering new markets and segments. Capacity-building on social media skills and data, as well as branding, marketing and segmentation. Better understanding and promoting domestic tourism | <ul style="list-style-type: none"> Maintain UN Tourism statistical dataset on domestic tourism | | | | |

Priority 3: Fostering sustainability and inclusiveness: circularity, climate action, and biodiversity. Reduce inequalities and promote culture.

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁴ (Yes/No) | XB ¹⁵ (Yes/No) | SDGs |
|---|--|--------------------|------------------------------|------------------------------|-----------------------|
| P3-A. Mitigating and adapting to climate change. Promoting greener and circular practices <ul style="list-style-type: none"> One Planet Sustainable Tourism Programme on sustainable consumption Climate action | <ul style="list-style-type: none"> Glasgow Declaration Initiative on Climate Action in Tourism. Support advocacy and knowledge on climate action, ocean action and circular economy Global Tourism Plastics Initiative Food systems related activities, including the Global Roadmap for Food Waste Reduction | IRPA | Y | Y | 2, 12, 13, 14, 15, 17 |
| P3-B. Promoting sustainable development of tourism. Tourism with higher value and lower impact. <ul style="list-style-type: none"> International Network of Sustainable Tourism Observatories (INSTO) Policies that encourage biodiversity conservation in tourism planning and operations | <ul style="list-style-type: none"> Strengthen the role and function of INSTO in monitoring sustainability in tourism at the destination level Identify key factors benefiting both tourism and biodiversity. Develop material for local authorities. Advocate for the newly created "Nature Positive Tourism Partnership" | SDT | Y | | All |

¹⁴ RB: Regular Budget, from assessed contributions

¹⁵ XB: Voluntary contributions

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁴ (Yes/No) | XB ¹⁵ (Yes/No) | SDGs |
|---|---|--|------------------------------|------------------------------|------------------|
| P3-C. Including local and rural communities. Ensuring quality of life and decent work in destinations. <ul style="list-style-type: none"> Raise awareness-raising among Member States on how to champion labour inclusion of local communities, vulnerable and traditionally marginalized groups through tourism Advance labour inclusion of tourism professionals | <ul style="list-style-type: none"> Continue supporting Member States in integrating local and rural communities into tourism planning, product development, and the value chain Develop tools that ensure fair, ethical and equitable distribution of tourism benefits to and within Indigenous communities | MIPC, RDs, SDT, ECSR IDC | | | 1, 8, 10 |
| P3-D. Promoting and protecting material and immaterial cultural heritage and creative industries. <ul style="list-style-type: none"> Promote global positioning and issue reference documents on tourism and culture linkages, management and marketing. Provide guidance to and train Member States, including both National Tourism Administrations and Destination Management Organizations, on incorporating creative industries into their cultural tourism products and experiences. | <ul style="list-style-type: none"> Partnership with UNESCO and ICOMOS on Tourism and Culture Improve knowledge on spiritual Tourism and Pilgrimage Routes, cultural capital of Indigenous Peoples, accessibility within the cultural tourism ecosystem, tourism and music, tourism and fashion Support NTAs and DMOs on incorporating creative industries into their cultural tourism value chain Design of cultural tourism policies, strategies and products benefitting heritage sites and local communities Silk Road activities Social Innovation Programmes | ECSR, SDT, RDs, ROs, IEI | | Y | 4, 8, 11, 16, 17 |
| P3-E. Enhancing tourism resilience. Preventing and recovering from extreme events. <ul style="list-style-type: none"> Enhancing resilience in tourism is essential to deal with various forms of shocks and stresses, including climate change, natural disasters, pandemics and economic crises. | <ul style="list-style-type: none"> Identify and share knowledge and insights from past crises, raise awareness of tourism crisis management among destinations and the tourism industry support Member States to develop tourism resilience policies to prepare for future crises | ROAP in consultation with relevant ODs | | | 1, 11, 13, 17 |

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁴ (Yes/No) | XB ¹⁵ (Yes/No) | SDGs |
|---|---|--------------------------|------------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> Fostering the development of adaptive and inclusive governance models Support strategic planning to minimize negative impacts and creating strategies for quick recovery to create a robust, beneficial and adaptable tourism sector. | | | | | |
| P3-F. Empowering youth through tourism. Developing social tourism. <ul style="list-style-type: none"> Actively encouraging youth in providing insights of their vision for the sector, the challenges they face and the opportunities they see for growth and innovation. | <ul style="list-style-type: none"> Empower youth: increased inclusion and the creation of new social employment opportunities Regional/Global UN Tourism Students' Leagues | IEI, ECSR, SDT, RDs, ROs | | | 4, 8, 10 |
| P3-G. Gender equality & women's empowerment <ul style="list-style-type: none"> Raising awareness among governments and the private sector on gender equality. Training Member States' officials to collect and produce sex-disaggregated tourism data. Conducting regional research on women's empowerment in/through tourism and suggest recommendations/action agendas for different tourism industries. Promoting gender mainstreaming and gender inclusive strategies for national tourism administrations and tourism businesses. | <ul style="list-style-type: none"> Events, training, projects and publications on Empowerment of Women in Tourism Networks and activities on women's leadership in tourism: innovation, entrepreneurship, public speaking Partnership with ILO and national statistical offices to expand the availability of sex-disaggregated statistics Innovation Programmes and Startup competitions | ECSR, SSD, RDs, IDC, IEI | | | 5, 8, 17 |
| P3-H. Ethics. <ul style="list-style-type: none"> Enhancing the implementation of ethical and responsible tourism principles | <ul style="list-style-type: none"> Promote the Framework Convention on Tourism Ethics Promote the Global Code of Ethics for Tourism among different tourism stakeholders | ECSR/WCTE, LAIS, RDs | Y | | 1, 4, 5, 8, 10, 11, 12, 13, 16 |

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁴ (Yes/No) | XB ¹⁵ (Yes/No) | SDGs |
|--|---|---|------------------------------|------------------------------|------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> Achieve a greater extent of visibility of CSR actions championed by the tourism industry Providing an independent and impartial global platform to discuss the most pressing issues in tourism sustainability with ethical implications and issue recommendations. Positioning UN Tourism within the UN system / international community as the main global advocate of responsible tourism principles. | <ul style="list-style-type: none"> Expand the initiative of the Private Sector Commitment to the Global Code of Ethics for Tourism Recognize and reward the most outstanding CSR practices | | | | |
| P3-I. Accessibility <ul style="list-style-type: none"> Creating tourism policy, strategy and product development tools to embrace universal accessibility by tourism public administrations, destinations and companies. Strengthening knowledge and skills of Member States in designing, adopting and implementing accessible tourism policies, standards and strategies. Conducting research on effective and user-centred solutions for accessible tourism infrastructure, products, and services. | <ul style="list-style-type: none"> Baseline UN Tourism Policy on Disability Inclusion to be developed with UNDIS Global survey on accessible tourism policies Events, publications on accessible tourism in all types of destination, silver economy, senior tourism, etc. Accessible Tourism Destination (ATD) recognition Promote inclusive recruitment and professional development of workers with disabilities Integrate accessibility criteria in technical cooperation projects | ECSR, OFSG, EDO, LAIS, HR, ICS, COMM, SDT, RDs, ROs | | | 8, 9, 10, 11, 17 |

Priority 4: Enabling economic growth, boosting investment and innovation: accelerating the uptake of new business models.

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁶ (Yes/No) | XB ¹⁷ (Yes/No) | SDGs |
|---|--|--------------------|------------------------------|------------------------------|---------------------|
| P4-A. Fostering innovation, digitalisation of the sector, including AI and smart tourism <ul style="list-style-type: none"> Advancing knowledge on the use of artificial intelligence in tourism. Enable AI as a tool for tourism's transformation. Identifying startups and innovators with ready-to-implement solutions for accelerating the achievement of the Sustainable Development Goals through technology and social impact. Leveraging UN Tourism Tech Adventures to connect startups and innovators with investors in global events in all regions Scaling and supporting startups and innovators through UN Tourism Innovation Network Focussing on ethical AI use, data governance, and innovation-driven policymaking | <ul style="list-style-type: none"> Strengthen collaboration with academia and private sector AI developers to enhance research on AI-driven tourism models Provide capacity-building programs and funding facilitation for startups working on AI, sustainability, and smart tourism initiatives. Pilot projects showcasing AI solutions for tourism operations, customer engagement, and sustainability monitoring Startup Competitions and Innovation Challenges: AI solutions UN Tourism Tech Adventures Innovation Forum: Expand forums to emerging regions and underrepresented markets Strengthen the UN Tourism Innovation Network, including AI research institutions. | IEI, RDs, ROs | Y | Y | 4,7,9,12, 13, 14,15 |
| P4-B. Attracting investments in tourism. Fostering FDI and local investments. Promoting entrepreneurship and job creation. Developing an enabling business environment. <ul style="list-style-type: none"> Developing research initiatives to attract, promote and mobilize investments and encourage traditional investors and non-traditional investors to prioritize investments in tourism. | <ul style="list-style-type: none"> Advance the "Tourism Doing Business: Investing in Tourism" Guidelines Series Strengthen evidence-based policymaking through the development of "Regional Tourism Investment Landscape Reports" Events and training to engage stakeholders on emerging tourism investment trends. "Tourism Investment Strategy knowledge hub-repository" in collaboration with UN Tourism's Law Observatory | IEI, RDs, ROs | | | |

¹⁶ RB: Regular Budget, from assessed contributions

¹⁷ XB: Voluntary contributions

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁶ (Yes/No) | XB ¹⁷ (Yes/No) | SDGs |
|--|---|--|------------------------------|------------------------------|--------------|
| <ul style="list-style-type: none"> Promoting projects, including capacity-building initiatives, to attract, promote and mobilize investments: from venture capital on innovation to private equity, family offices and infrastructure investments in order to foster the sector's value chain to create purpose-driven companies in tourism. Strengthening value-added connections through the organization of impact events that allow the connection of Member States and private-sector investors. Enhance tourism's position as a pivotal economic sector. Centralizing information that is relevant for investment's decision making. | <ul style="list-style-type: none"> Support Member States in conducting diagnostics on tourism investment and implementing tourism investment strategies Investor's Corner as a platform for leveraging investment promotion agencies in the development and promotion of bankable projects | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Annual Forum on Investment Promotion for the Americas Platforms for Intelligence in Tourism Investment Regulatory Database and Comparative Assessment study of Incentives Report on FDI Trends in the Americas Strategies and materials to Attract Investment in Rural and Emerging Tourism Destinations Investment Incentives for Established Destinations Partnerships with Development Banks, Multilateral Organizations, and Global Media Working Group: Innovation and Governance in the Promotion of Tourism Investments | ROAM, IEI, RDAM (see ROAM specific programme of work) | | | |
| P4-C. Improving connectivity: air and sea, inter and intra-regionally. Facilitating travel. Simplifying visa regime. <ul style="list-style-type: none"> Bridging air and sea transport and tourism policies, including the policy and regulatory framework, and the facilitation of the whole travel process. Catalysing connectivity and visa facilitation for tourism growth and socio-economic recovery: providing guidance to stakeholders on ways to capitalize on tourism, air transport and of visa facilitation. | <ul style="list-style-type: none"> Partnership with International Civil Aviation Organization (ICAO) and the International Air Transport Association (IATA) Publication and international high-level events on tourism and air transport Technical support for projects addressing challenges in connectivity for tourism destinations | SdT, IDC, RDs, AM-PPC | | | 8, 9, 13, 17 |

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁶ (Yes/No) | XB ¹⁷ (Yes/No) | SDGs |
|--|---|--------------------|------------------------------|------------------------------|----------------------|
| P4-D. Fostering public-private cooperation. <ul style="list-style-type: none"> Fostering New Governance models based on Public-Private Partnerships (PPPs), community empowerment and entrepreneurship. Increasing efforts in expanding its Affiliate Members network, notably in underrepresented regions. | <ul style="list-style-type: none"> Continue strengthening Affiliate Members' visibility and networking opportunities at key UN Tourism events and major international tourism fairs Build Guidelines and Best Practices for the development of public-private collaboration mechanisms Develop an ESG Framework for Tourism Businesses | AM-PPC, IEI, SSD | Y | Y | 1, 8, 11, 12, 16, 17 |

Priority 5: Investing in people: reinforcing education and training, strengthening human capital for decent work.

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁸ (A, B, C) | XB ¹⁹ (Yes/No) | SDGs |
|--|--|---------------------------------------|----------------------------|------------------------------|----------|
| P5-A. Human Capital development: Training public (national and local) and private workforce (professionalism in tourism services). Online and on-site. <ul style="list-style-type: none"> UN Tourism Online Academy Executive education (UN Tourism Academy): curated online, on-site and hybrid courses and training programmes, including training the trainers. Dedicated Education Fund in partnership with leading global universities. | <ul style="list-style-type: none"> UN Tourism Online Academy to be further strengthened with the use of AI Bachelor of Science in International Sustainable Tourism, with the Lucerne University of Applied Sciences and Arts (HSLU) UN Tourism Toolkit on Innovating Higher Education Programs Co-branding Diploma Programmes with Higher Education Institutions to strengthen access to quality education (e.g. Beijing International Studies University and the Macao University of Tourism) Regional education fora Certification Programme (e.g. AI-Driven Decision-Making in Business Analytics for Tourism) | IEI, ROME, IRPA, SDT, ECSR, IDC, RDAP | | Y | 4, 8, 17 |

¹⁸ RB: Regular Budget, from assessed contributions

¹⁹ XB: Voluntary contributions

| Action outline | Outcomes/Outputs | Lead department(s) | RB ¹⁸ (A, B, C) | XB ¹⁹ (Yes/No) | SDGs |
|--|---|--|----------------------------|---------------------------|------|
| <ul style="list-style-type: none"> International Academies in collaboration with UN Tourism Integrating AI into education, expanding vocational training programmes by creating accessible platforms to reach a wider tourism workforce. UN Tourism Ted.Qual (UN Tourism Academy): capacity-building for quality certification for tourism, hospitality and related programmes to ensure a coherent teaching methodology globally. UN Tourism Education Toolkit: tools, case studies and best practices for capital development in tourism, focused on implementing tourism as a subject in high-school, bachelor's and master's programmes. | <ul style="list-style-type: none"> International Tourism Academies in Collaboration with UN Tourism: supporting Member States in strengthening their tourism workforce Support Members in creating national-level Human Resources strategies in the tourism sector Regional Executive Training Programme (e.g. Asia and the Pacific Executive Programme) | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Training Programs for National and Regional Officials in investment Development of Modules of capacity-building in Investment | ROAM, IEI, RDAM (see ROAM specific programme of work) | | Y | 4, 8 |
| P5-B. Improving quality of services, visitor experience and image of destination. <ul style="list-style-type: none"> Destination management courses and toolkits oriented on quality and image. | <ul style="list-style-type: none"> UN Tourism Shaping the Future of Destination Management Masterclass Tourism Destination Management Toolkit (e.g. KSA) Support Members in the development of visitor experience model and best practices for visitor management in tourism sites | ROME, IDC | | Y | 8 |