

Cabo Verde



Communication Nations Unies

2014/2016



TABLE DES MATIÈRES

- I. Introduction
- II. Le contexte socio-économique du Cabo Verde
- III. Vision et Mandat
- IV. Les enjeux de la communication pour le Système des Nations Unies au Cabo Verde: l'analyse de la situation communicationnelle
- V. Les objectifs stratégiques
- VI. La communication pour la mobilisation des ressources et partenariats
- VII. Les messages du Système des Nations Unies au Cabo Verde
- VIII. La stratégie de mise en œuvre : communication interne et communication externe, medias et outils de communication

Annexes

- Le contexte socio-économique du pays
- La Méthodologie d'élaboration de la stratégie
- Messages Thématiques - Plan Cadre des Nations Unies pour l'Aide au Développement (UNDAF) 2012-2016 les groupes relatifs aux axes stratégiques
- Le paysage médiatique au Cabo Verde
- Propositions et descriptions de quelques activités et supports de communication
- Draft des nouveaux Termes de Références du Groupe de Communication des Nations Unies

I- Introduction

La réforme des Nations Unies au Cabo Verde

Bureau Commun et Unis dans l'Action

En 2006, Cabo Verde a été le scénario de la Réforme des Nations Unies, entamé en 1997 par le Secrétaire General Kofi Annan, et qui se traduit en deux changements essentiels: l'établissement en 2006 d'un Bureau Commun, une expérience pilote et unique dans le monde, avec un programme commun aux quatre Agences suivantes: Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), le Fonds des Nations Unies pour la Population (UNFPA), le Fonds des Nations Unies pour l'Enfance (UNICEF), et le Programme Alimentaire Mondial (PAM) et avec une seule structure administrative et opérationnelle.

Depuis 2008, s'appuyant sur cette percée initiale, le Cabo Verde a été également inclus, avec sept autres pays-pilotes (Albanie, Mozambique, Pakistan, Rwanda, Tanzanie, Uruguay et Vietnam) dans l'initiative de la réforme Unis dans l'Action - connue en anglais comme Delivering as One (DaO) - ayant comme objectif de rendre les programmes mise en œuvre par le Système des Nations Unies, sur leur territoire, plus cohérents, renforcer les résultats et l'impact des interventions et réduire les coûts à la fois pour le système des Nations Unies et le gouvernement du pays.

Les piliers de la réforme sont les suivants :

- Un Programme
- Un (une) Leader
- Un Cadre budgétaire unique
- Un Bureau

Ces réformes visent à renforcer la cohérence, la pertinence et l'efficacité de l'action de l'Organisation à travers le monde. Elles impliquent de profonds changements institutionnels et dans les mécanismes de planification des interventions au niveau des équipes pays.

Comme référé dans l'examen des activités opérationnelles de développement, dite du Quadrennial Comprehensive Policy Review ([QCPR](#)¹) adoptée en Décembre 2012, l'Organisation des Nations Unies (ONU) est appelée à consolider le processus Unis dans l'Action en soulignant clairement les éléments de base de chacun des piliers de la réforme y inclus le pilier "One Voice".

Dans ce contexte, la présente stratégie de Communication de l'équipe du Système des Nations Unies au Cabo Verde a été conçue visant à répondre aux recommandations incluses dans le QCPR, en ce qui

¹Quadrennial Comprehensive Policy Review ([QCPR](#)¹) - [L'Examen quadriennal complet](#) est le principal instrument politique de [l'Assemblée générale](#) chargée de définir les modalités de fonctionnement du système des Nations Unies pour le développement afin d'épauler les pays de programme dans leurs efforts de développement.

concerne l'efficacité, l'efficience, la cohérence et l'impact des interventions et établir des orientations de politiques du système à l'échelle de la coopération au développement, tout en permettant aussi d'augmenter la visibilité et la connaissance des différents acteurs et partenaires des Nations Unies sur les changements en cours, au niveau global et local, sur la valeur ajoutée de la coopération des Nations Unies notamment à travers l'atteinte des priorités nationales définies dans le Document de Stratégie de Croissance et Réduction de la Pauvreté (DSCR III), des objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) y compris les enjeux de l'Agenda Post-2015.

Communiquer avec une seule voix

Communiquer dans le contexte de « ONE UN » signifie s'assurer que le message de l'ONU est cohérent, comme indiqué dans les Procédures Opérationnelles Standardisées (SOPs)². Ce pilier "One UN" vise à améliorer la qualité du dialogue avec le gouvernement du pays hôte et d'autres acteurs nationaux et contribue à mettre en évidence les résultats obtenus par les Nations Unies au niveau des pays.

Communiquer dans le contexte du « ONE UN » est essentiel pour assurer :

- Un positionnement stratégique clair et cohérent de l'ONU et sa vision au niveau du pays
- Le développement d'un outil de communication et de plaidoyer pour renforcer l'impact et les résultats communs, en mettant l'accent sur des thématiques et domaines de développement stratégiques communs
- Le développement de messages communs
- Le développement d'une communication qui s'appuie sur les avantages comparatifs des Nations Unies dans le pays, tout en évitant des incohérences ainsi que la duplication et la fragmentation des messages
- Le développement des partenariats

Dans ce contexte, la retraite des Chefs d'agences de l'Equipe Pays des Nations Unies (UNCT), réunie en juin 2013, a décidé l'élaboration d'une stratégie de communication en appui au Plan Cadre des Nations Unies pour l'Aide au Développement (UNDAF) du Cabo Verde qui devra permettre de :

- Présenter clairement les enjeux liés à la promotion du processus des réformes des Nations Unies au Cabo Verde.
- Montrer clairement et succinctement les résultats communs escomptés par l'équipe pays.
- Indiquer comment la communication servira à appuyer la mise en œuvre efficace et efficiente de l'UNDAF et des outils de programmation conjointe.

²Les procédures d'opérationnalisation standard impliquent deux changements importants: d'abord, les SOP recentre l'accent du système des Nations Unies de la planification conjointe à délivrer ensemble les résultats, avec une orientation claire sur la simplification et la rationalisation des processus et des instruments. Deuxièmement, les SOP visent à accélérer la réforme de SNU dans le domaine des business pratiques en appui à un agenda focalisé sur les résultats. Les SOP cherche un équilibre entre la flexibilité et la normalisation afin d'être applicable et utile dans une grande variété de contextes nationaux, chacun avec ses défis de développement spécifiques, les paramètres normatifs, les capacités institutionnels et la présence des Nations Unies. Entre Les objectifs des procédures d'opérationnalisation standard (SOPs) il y a: fournir aux équipes pays, aux Gouvernements, aux autres acteurs nationaux et partenaires dans les pays conviés à l'adoption de l'approche "Unis dans l'Action", un ensemble intégré de lignes directrices claires, simples et cohérentes sur la programmation, le leadership, les opérations, le financement et le renforcement de la visibilité des actions communes de développement au niveau des pays, en conformité avec les mandats, règles et procédures des agences des Nations Unies

- Identifier les différents groupes d'acteurs internes et externes et définir leurs rôles.
- Informer toutes les parties prenantes des différentes étapes et actions à prendre.
- Elaborer des messages adaptés aux groupes d'acteurs identifiés.
- Elaborer un document de stratégie avec un plan de mise en œuvre, clair, précis et complet, en veillant à ce que la stratégie soit ancrée dans une vision à long terme et facilement actualisable.
- Evaluer les besoins en moyens humains, matériels et financiers nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie.

Une communication efficace renforce et soutient des partenariats durables entre les principaux intervenants pour la réalisation du mandat de SNU dans le pays.

Le rôle et la responsabilité du Coordonnateur Résident du SNU et de l'ensemble de l'UNCT au Cabo Verde est notamment d'appuyer le plaidoyer et la mobilisation des partenariats pour le programme des Nations Unies, complétant les efforts pour la mise en œuvre de l'UNDAF 2012-2016 en accord avec les domaines prioritaires d'intervention, alignés aux priorités nationales. Dans ce contexte, le Gouvernement vient d'approuver le nouveau Document de Stratégie de Croissance et Réduction de la Pauvreté (DSCR III) auquel les Nations Unies vont s'aligner au cours de la prochaine Revue à Mi-Parcours (RMT), prévue dans le deuxième semestre de 2014.

Cette présente stratégie vient aussi en support au Coordinateur Résident et à l'UNCT dans les efforts de plaidoyer et de mobilisation de ressources et partenariats toute en utilisant les moyens et les outils de communication visant une effective communication à une voix.

II - Contexte Social et Économique de Cabo Verde

Le Cabo Verde est une nation insulaire composée de dix (10) îles qui s'étendent sur 4033 kilomètres, avec une zone économique exclusive de 734,265 km², caractérisées par une orographie volcanique et des sols dégradés par des actions climatiques, de l'érosion et de l'absence de vastes superficies arables. En effet, seulement un dixième de la surface de l'archipel est arable.

Le pays n'a pas de ressources naturelles tels que les minéraux et le pétrole, donc n'exporte ni de l'énergie ni des matières premières minières, et les industries extractives représentaient moins de 1 % du PIB en 2007-10. D'autre part il possède un potentiel en termes de tourisme, de la biodiversité, de l'économie maritime, la culture, entre autres. Au Cabo Verde, 54 % de la population a moins de 24 ans. Selon l'Institut national de la statistique (INE), la grande majorité de la population du Cabo Verde (61,8%) vit désormais dans les villes. Cependant, la répartition de la population n'est pas homogène. Santiago, l'île la plus peuplée, héberge près de 55 % de la population, dont la moitié réside à Praia (125 000), tandis que Fogo ne représente que 7,6 % de la population de l'archipel.

Parallèlement le pays fait face à des défis importants sur le plan social avec le chômage touchant les groupes vulnérables. Bien que la proportion de la main-d'œuvre incapable de trouver un travail officiel soit tombée de 26 à 18 % entre 1998 et 2008, le chômage reste élevé, en particulier parmi les jeunes, les femmes et les populations rurales. Selon les estimations, 20.1 % des jeunes de 15 à 24 ans étaient au chômage en 2010, et ce chiffre est passé à 27.1%, soit plus du double de la moyenne générale, en 2011.

Il existe de fortes disparités entre les îles, reflétant le décalage entre les compétences, les perspectives d'emploi et les contraintes des migrations à l'intérieur du pays, dont on note aussi d'importants mouvements en direction des zones urbaines dont l'effet se fait sentir sur la fourniture des services de base.

Indépendant depuis 1975, le Cabo Verde a été gradué des Pays Moins Avancés (PMA) en 2008. Les indicateurs sociaux montrent un grand effort dans la réalisation des OMDs d'ici à 2015. Toutefois, en dépit des progrès exceptionnels, le Cabo Verde fait toujours face à des disparités au niveau économique entre les différentes régions, mais aussi au niveau urbain et rural et au niveau de l'équité et l'égalité de genre

Au cours de ces dernières années, les performances économiques du Cabo Verde ont été soutenues. Cependant, la crise économique et financière dans le monde entier, et dans la zone euro en particulier, continue de peser sur ses performances économiques. Le recul de l'aide au développement et de l'investissement étranger sont à l'origine d'un tassement de la croissance du produit intérieur brut (PIB), qui est passée de 5.0 % en 2011 à 4.0 % en 2012, selon les projections.

Le PIB réel par habitant est passé de US\$902 en 1990 à US\$ 3.206 en 2008, tandis que le taux de pauvreté a diminué de 49% en 1990 à 27% en 2007. La pauvreté touche particulièrement les femmes, chefs de ménage (33%) avec une incidence accrue en milieu rural (44%) respectivement en milieu urbain (13%).

Les principaux facteurs ayant contribué à la transformation du Cabo Verde sont la bonne gouvernance, les institutions démocratiques solides, les processus électoraux transparents et participatifs et les médias libres.

L'ambitieux agenda de transformation du pays vise à construire une économie dynamique où la croissance peut être soutenue où le secteur privé est innovateur, compétitif et créateur d'emplois et où les institutions de régulation sont renforcées. Les autorités sont engagées dans un programme national de réforme visant à combler les lacunes en termes de capacité qui subsiste dans l'administration publique. Consciente de ces défis, en 2011, les autorités capverdiennes ont décidé de développer le troisième Document de Stratégie de Croissance et de Réduction de la Pauvreté (DSCR III) pour la période 2012-2015 qui aura pour objectif d'éliminer les faiblesses subsistantes afin d'assurer le développement durable de cette nation émergente.

Le Cabo Verde est connu pour être un pays de diaspora, qui a d'ailleurs joué un rôle primordial dans le développement du pays. Le pays a réussi à maintenir d'étroits liens socioéconomiques avec sa diaspora estimée à un million de personnes environ, dont leurs transferts de fonds constituent désormais la deuxième source de devises du pays.

Pour ce qui sont des relations avec l'extérieur, Cabo Verde dispose d'une situation géopolitique stratégique. En juillet 2008, le Cabo Verde est devenu le 153e membre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Le pays dispose aussi d'un Accord de partenariat spécial (APS) avec l'Union européenne approuvé en novembre 2007, visant au renforcement du dialogue et de la convergence politique, et il est membre de la Communauté économique des États d'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), qui est le cadre régional d'intégration économique et de résolution des conflits.

Comme les petits États insulaires, le Cabo Verde est vulnérable aux événements extrêmes et les effets potentiellement néfastes des changements climatiques qui pourraient avoir une incidence sur les secteurs productifs. L'insularité et les caractéristiques climatiques peuvent avoir de graves répercussions sur les écosystèmes déjà sensibles et peuvent inverser de manière significative les progrès accomplis en ce qui concerne le développement et la réduction de la pauvreté. Actuellement le pays est en train de finaliser son agenda du développement après 2015, après une consultation publique, qui a identifié les grands défis du développement pour les années à venir.

Cabo Verde est aussi dans le processus de préparation aux sommets mondiaux, notamment la troisième Conférence internationale sur les petits États insulaires en développement, qui se tiendra à Samoa en Septembre 2014, la Conférence Internationale sur la Population et le Développement CIPD+20, qui aura lieu en Septembre 2014, la Conférence internationale Déclaration et du Programme d'action de Beijing, Beijing+20, qui aura lieu en Mars 2015, qui constituent des opportunités pour discuter et établir des nouveaux défis et priorités vis-à-vis au développement et croissance soutenable et équitative ayant à la base les droits humains.

III - Vision et mandat

L'objectif final de « Unis dans l'Action » au Cabo Verde est de mieux accompagner le pays à travers un programme cohérent, tout en renforçant les résultats et en assurant un impact cohérent, mieux coordonné, bien géré et financé.

La présente stratégie de communication servira à diffuser le partage d'information, assurer et diffuser les valeurs défendues et la mission poursuivie par le SNU au Cabo Verde pour le développement du pays. Elle doit faciliter l'intégration et la cohésion des acteurs en harmonisant les messages, de sorte que le SNU ne parle que d'une seule voix, tout en promouvant l'image d'une institution qui joue un rôle de premier plan dans les questions de développement.

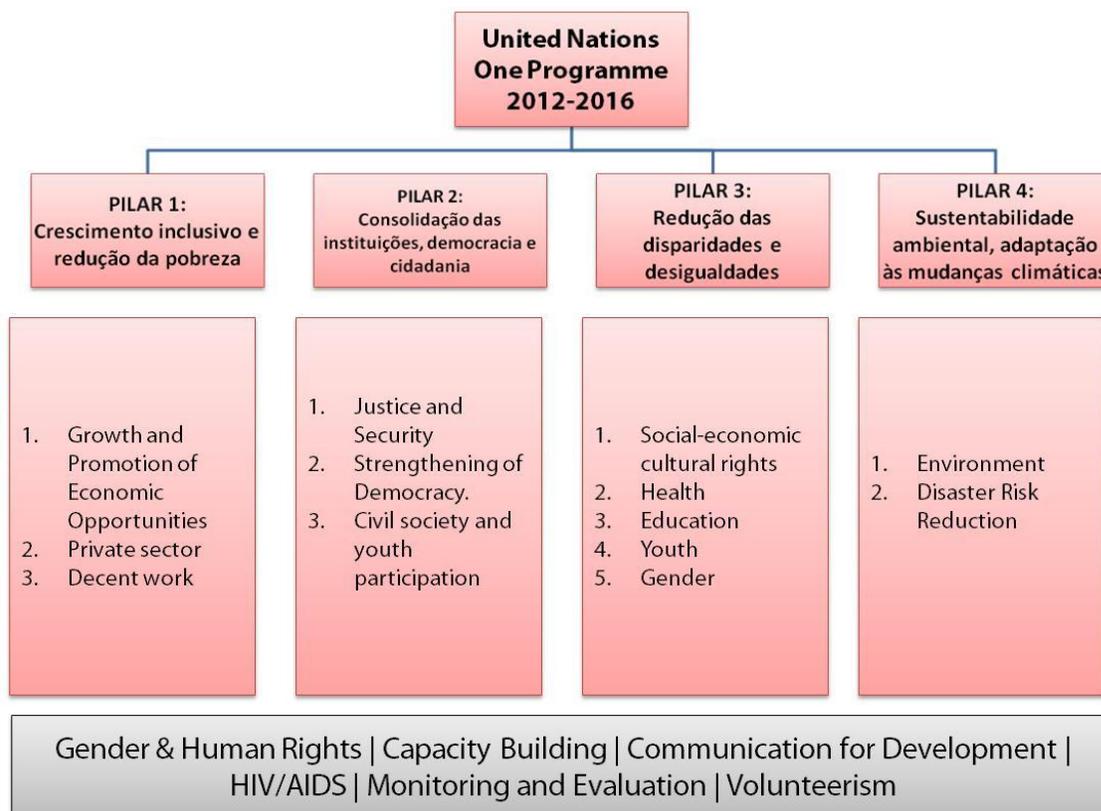
Le groupe de communication de Nations Unies (UNCG) au Cabo Verde s'est engagé à renforcer la communication interne au sein de la famille des Nations Unies dans le pays ainsi qu'à l'extérieur avec les partenaires clés, y compris le gouvernement du Cabo Verde, les organisations de la société civile, les partenaires au développement, et le grand public, à travers les médias, la mobilisation sociale et d'autres canaux de communication.

La présente stratégie a été élaborée grâce à un processus de planification stratégique au sein du groupe de communication des Nations Unies, et est directement liée aux priorités thématiques et programmatiques du SNU au Cabo-Verde pour la même période. Elle définira les activités de la communication conjointe au cours de la mise en place de l'UNDAF 2012-2016, y compris l'allocation du capital humain et financier.

La responsabilité du Coordonnateur Résident du SNU au Cabo Verde et de l'UNCT est notamment d'appuyer le plaidoyer et la mobilisation des ressources et partenariats du Plan Cadre des Nations Unies pour l'Aide au Développement de la République du Cabo Verde (UNDAF 2012-2016) comme indiqué

dans les domaines prioritaires d'intervention du Système des Nations Unies au Cabo-Verde, alignés aux priorités nationales.

Figure 1 - Domaines Prioritaires de l'UNDAF



IV - Enjeux de la communication pour le SNU au Cabo-Verde: l'analyse de la situation communicationnelle

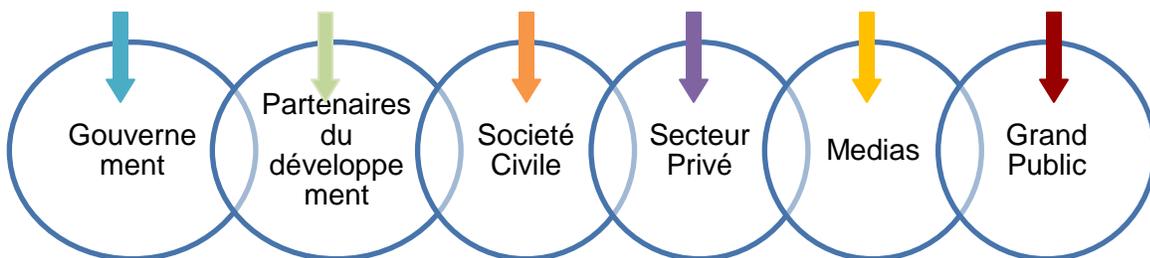
Le but principal de la présente stratégie de communication est de disposer d'un instrument efficace pour appuyer l'atteinte des objectifs et les résultats que le SNU s'est fixé pendant la période 2012-2016. Les activités de communication du SNU au Cabo Verde s'inscrivent dans la perspective de la Communication pour le développement (C4D), qui se basent sur une communication des résultats tout en mettant l'accent sur les impacts des interventions dans la vie de la population de Cabo Verde.

La stratégie de mise en œuvre s'appuiera sur une meilleure coordination des actions de communication du SNU, ainsi qu'en facilitant l'intégration et la cohésion des composantes et acteurs clés, en harmonisant les messages de sorte que le SNU au Cabo Verde ne parle que d'une seule voix, à travers également un renforcement des capacités en matière de communication pour une coordination renforcée entre toutes les Agences.

Figure 2 - Cible de la communication interne



Figure 3 - Cible de la communication Externe



L'environnement de la communication est marqué par une multitude d'acteurs ; on compte deux types d'acteurs majeurs : les interlocuteurs directs du SNU dans le cadre de la mise en œuvre de l'UNDAF et les bénéficiaires.

+		-	
ATOUTS	<p>Les Nations Unies, une expertise reconnue</p> <p>Une bonne collaboration avec le gouvernement, et les différents partenaires du développement</p> <p>Une bonne collaboration et des bonnes relations avec la presse locale</p> <p>Diversité des mandats et des visions</p> <p>Existence d'un plan stratégique national de communication sociale</p>	FAIBLESSES	<p>Visibilité réduite des actions des agences non résidentes et de leur impact (SNU, agences résidentes etc...)</p> <p>Le manque de partage d'informations sur les activités des organisations en temps utile</p> <p>Faible vision holistique de l'UNDAF</p> <p>Limites graves et disparité des ressources financières et humaines de communication des agences</p> <p>Fragmentation des efforts de communication active au niveau des agences</p> <p>Engagement limité des agences pour une contribution en ressources</p> <p>Problèmes de communication interne (partage d'information insuffisante, faible utilisations des outils de communication, entre autres)</p>
OPPORTUNITES	<p>Intérêts des agences des NU à œuvrer vers une communication unifiée (One Voice)</p> <p>S'appuyer sur la mise en œuvre de l'UNDAF pour que les Nations Unies interviennent dans plusieurs domaines afin de s'aligner avec les priorités nationales d'un point de vue de la communication pour le développement</p> <p>Activités de formations destinées aux professionnels des medias, organisées par le gouvernement et les agences des NU, visant l'inclusion d'un langage inclusif et promoteur de l'égalité de genre</p> <p>Existence d'une liberté de presse reconnue au niveau international.</p> <p>Engagement de certains medias pour la diffusion des messages d'intérêt public sans coût ou à coût réduit</p> <p>Engagement des medias nationaux pour la couverture des actions des NU</p> <p>Rapports d'évaluation indépendants et d'audit disponibles et avec les recommandations claires dans le domaine de la communication</p> <p>L'existence du groupe de communication</p>	MENACES	<p>Capacités limitées des medias locaux : manque de ressources et insuffisances des capacités techniques</p> <p>Complexité et difficulté quant à œuvrer en tant que « ONE UN », à mettre en œuvre l'UNDAF et par conséquent à communiquer ensemble et pour une meilleure visibilité des actions du SNU au Cabo Verde</p> <p>Coûts élevés pour la diffusion des messages d'intérêt public</p> <p>Limitation à mobiliser des ressources et partenariats</p>

Les canaux et moyens de communication

- Les médias imprimés, audio-visuels et en ligne
- Le site web du SNU et medias sociaux
- Le bulletin de liaison électronique
- Les célébrations des journées internationales par des agences
- Les rapports annuels des activités des agences résidentes et non résidentes

Un Voix - mettre l'accent sur des approches cohérentes en matière de communication

Une stratégie de communication commune permet au SNU au Cabo Verde de parler d'une seule voix sur le processus de réforme lui-même ainsi que sur les questions de politique et de plaidoyer clés tels que : la jeunesse, l'emploi, les droits humains, la petite enfance, l'environnement, l'égalité de genre, le VBG, la protection sociale, la lutte contre la pauvreté et un développement soutenable et équitable.

Il faut noter que la communication à une voix ne substitue pas la communication et les mandats des différentes agences des Nations Unies. Il doit, au contraire, être vu comme une opportunité pour renforcer la cohérence et l'efficacité de la coopération des Nations Unies au Cabo Verde, et mettre en valeur les avantages comparatifs des différentes agences.

V- Les objectifs stratégiques

Objectifs généraux de la stratégie de communication

La stratégie de communication vise à appuyer l'UNTC dans le plaidoyer, la mobilisation des ressources, des partenariats et des connaissances. Elle vise à appuyer dans la diffusion de l'information et la sensibilisation autour des interventions et sur l'impact des actions des Nations Unies au Cabo Verde contribuant pour l'adoption des attitudes et pratiques positives visant à l'amélioration de la qualité de vie des populations cible ainsi que pour appuyer la communication en direction des partenaires pour la mobilisation de ressources (bailleurs de fonds) et le plaidoyer (Etat, etc.) selon les priorités stratégiques des Nations Unies.

Elle vise également à accroître la visibilité des Nations Unies notamment à travers la promotion de ses avantages comparatifs et son expertise technique.

➤ Objectifs de la Communication interne

La communication interne est l'essence de la communication externe. Pour un meilleur impact des actions du SNU au Cabo Verde, et pour le renforcement de l'identité de l'organisation, l'implication, l'engagement de l'ensemble du personnel est inévitable.

Au niveau interne, la communication doit faciliter le partage des informations, des expériences, des activités, partager les informations sociales et créer un esprit participatif souhaité par le SNU. Une approche coordonnée de la communication est essentielle pour appuyer une communication conjointe efficace comme aussi pour promouvoir une communication coopérative entre les différentes agences.

1. Coordonner une stratégie de communication commune et inclusive de toutes les activités des agences pour maximiser l'impact des résultats :

- Développer et maintenir un «calendrier de communication» hebdomadaire de l'UNCG(qui inclut les missions et autres visites, les journées internationales, les réunions, les rapports

annuels et périodiques, le suivi et l'évaluation des activités, ainsi que les autres événements et informations sur les campagnes internationales)

- Établir et maintenir une base de données de communication des Nations Unies (qui inclut les contacts de l'UNCG, du Gouvernement, des partenaires clés, la liste de contacts de médias, des prestataires de services, etc.)
- Établir et maintenir un bulletin hebdomadaire
- Établir et maintenir une archive vidéo
- Mise en place d'un comité de rédaction UNCG pour soutenir le développement de messages clés
- Identifier et diffuser les programmes de formation pour le staff
- Dynamiser le groupe de communication du SNU au Cabo Verde
- Assurer une meilleure circulation de l'information en amenant chaque staff à produire, partager et solliciter l'information en vue de la mise en œuvre cohérente de l'UNDAF
- Collaborer sur les programmes conjoints pour le plaidoyer sur des questions spécifiques ou des événements nationaux
- Assurer que les messages du « ONE UN » soient délivrés dans toute communication avec le staff

2. Améliorer les relations avec les partenaires internes tout en valorisant l'image du SNU au Cabo Verde

- Développer et diffuser des produits de communication interne
- Documenter et partager les meilleures pratiques et les résultats
- Introduire de nouveaux canaux pour renforcer la communication interne
- Planifier et organiser des activités et événements en collaboration avec l'association du Personnel durant les célébrations de la semaine des NU et autres actions collectives

3. Suivi et évaluation des activités conjointes de communication ainsi que documentation et partage des leçons apprises et des meilleures pratiques

- Développer, avec le soutien du groupe de Suivi & Evaluation, un plan de S & E pour la stratégie de communication
- Mise en place d'un audit de la communication pour bien identifier les ressources de communication, la compétence et la capacité des différentes Agences, et fournir des informations précises sur les forces et les faiblesses de la communication commune
- Mise en place d'une étude de perception et d'analyse d'image, basée sur une enquête de connaissances, attitudes et pratiques, à fournir des données sur ce que les partenaires comprennent du SNU au Cabo Verde
- Tester les messages clés pour mesurer l'efficacité du message avant et après leur diffusion
- Suivi des médias (media monitoring) pour quantifier le contenu des médias
- Mener des études sur l'efficacité de la communication afin de déterminer si les programmes ont l'impact désiré ou pas

➤ **Objectifs de la Communication externe**

Cette stratégie vise à mettre en valeur et promouvoir l'action et la valeur ajoutée du SNU au Cabo Verde. Le SNU travaillera en étroite collaboration avec les institutions nationales compétentes, notamment celles en charge de l'analyse et de la planification stratégique à moyen et long termes, ainsi que les autres partenaires techniques et financiers pour stimuler un partenariat axé sur la mobilisation des ressources et l'appui à la formulation des politiques publiques, privilégiant par ailleurs la mobilisation des acteurs du secteur privé, des groupes bénéficiaires et de la société civile.

Les documents stratégiques, le site web, la présence sur les réseaux sociaux, ainsi que la contribution dans les cadres des politiques et orientations nationales de développement, contribuent à renforcer l'image institutionnelle du SNU

1. Mise en valeur de l'appui du SNU pour la réalisation des objectifs nationaux et internationaux de développement au Cabo-Verde pour les partenaires nationaux

- Établir et garantir une présence forte sur les plates-formes des médias sociaux
- Planifier et organiser des activités au sein de la Semaine des Nations Unies (au mois d'Octobre à l'occasion des célébrations de différentes journées internationales) tout en mettant l'accent sur tous les OMD
- Élaborer et mettre en place des campagnes de sensibilisation conjointes dans le cadre d'événements observés conjointement par le SNU et le Gouvernement central
- Organiser et participer conjointement à des expositions et des événements autour de l'observance des journées des Nations Unies et des événements publics internationaux, ciblant les domaines prioritaires du SNU

2. Relations avec les médias

- Développer et mettre en place un partenariat stratégique avec les media en vue de publier fréquemment des articles sur les activités du SNU
- Organiser des rencontres d'échanges périodiques avec les journalistes
- Organiser des visites sur le terrain avec des journalistes
- Émettre et diffuser des communiqués de presse pendant les journées internationales des Nations Unies et autres événements clés de développement et sur les résultats de projets
- Produire et diffuser des rapports et des documents de sensibilisation ciblant les médias
- Organiser régulièrement des conférences et séances d'information pour les médias
- Organiser et faciliter la formation pour les journalistes
- Renforcer la capacité des journalistes de la presse écrite, radio et TV sur le traitement des questions thématiques du SNU

3. Développement de partenariats

- Organiser des réunions consultatives régulières avec les responsables de communication du Gouvernement
- Faciliter les visites de terrain pour les partenaires de développement, par exemple des partenaires clés du gouvernement

- Organiser des séances de travail avec le Groupe des Partenaires au Développement

VI- La communication pour la mobilisation des ressources et des partenariats

L'UNCG soutient l'UNCT et le Programme Management Team (PMT) dans la définition et l'établissement des priorités en matière de communication pour la mobilisation des ressources, visant à répondre aux besoins identifiés. Cette communication doit viser aussi les partenaires au développement.

Il doit assurer un flux régulier de communication de partage d'information avec les partenaires et les parties prenantes clés, notamment en communiquant les résultats et l'impact des activités.

Le message général peut mettre en évidence les forces et les avantages clés des Nations Unies, des résultats tangibles obtenus par l'ONU au Cabo Verde, l'importance et les impacts des résultats prévus dans l'UNDAF et les plans annuels.

Plusieurs possibilités en matière d'outils de communication peuvent être envisagées. Le message doit être adapté à chaque partenaire clé du développement. Certains intérêts des partenaires communs tels que des résultats tangibles, de l'efficacité, la responsabilité et la transparence, en temps opportun des rapports devraient également être pris en compte lors de l'élaboration des messages.

Dans ces efforts de communication pour la mobilisation des ressources il doit être envisagé l'utilisation des moyens de communication traditionnels et non traditionnels, ainsi que les nouvelles technologies d'information et de communication, pour atteindre les partenaires de développement. Il est essentiel d'organiser des rencontres systématiques avec les partenaires au développement à travers des réunions de partenaires, des séances d'information périodiques face-à-face, distribution des bulletins périodiques dans les différents domaines avec focus dans les résultats, production des *facts sheets*, etc.

La communication doit s'appuyer sur les informations disponibles et tenir en compte la possibilité de l'utilisation des illustrations à travers des exemples concrets et en montrant comment le programme permettra d'améliorer la vie des personnes individuelles, y compris à travers des images, des vidéos et des témoignages.

Il est également important de tenir en compte les scénarios actuels pour l'engagement de nouveaux partenaires, et dans le cas concret, avec les partenaires provenant du secteur privé de la Coopération Sud-Sud, des pays émergents et de la coopération triangulaire.

Dans l'approche de la communication pour la mobilisation des partenariats, il est indispensable de clarifier les attentes des donateurs dès le début et d'avoir un accord clair sur leurs besoins en termes de communication.

VII- Messages du SNU au Cabo Verde

Le message du SNU au Cabo Verde sera articulé autour des objectifs stratégiques mentionnés plus haut dans le document et intégré dans le cadre de la mise en œuvre de l'UNDAF 2012-2016. Ces derniers

messages seront thématiques. La liste des messages ne peut être exhaustive; l'UNCG pourra formuler ou adapter les messages aux circonstances. Chaque Agence, selon son domaine d'intervention et ses activités, délivrent ses messages.

L'objectif global de ONE UN est d'être plus efficient et plus effectif et cohérent pour un plus grand impact de sa coopération.

- Delivering as ONE UN permet aux Nations Unies d'avoir des résultats plus coordonnés envers les populations cibles
- Delivering as ONE UN assure une atteinte effective et plus rapide des résultats et des progrès pour atteindre les objectifs du Millénaire pour le développement (ODM)
Delivering as ONE UN, aide à allouer les ressources d'une manière plus efficiente pour en maximiser l'impact
- Delivering as ONE UN concentre ses efforts pour assurer une durabilité environnementale et l'adaptation aux changements climatiques

La proposition des messages thématiques sera organisée en fonction des quatre (4) grands axes stratégiques de l'UNDAF 2012-2016 : (voir en annexe)

VIII - La stratégie de mise en œuvre : communication interne et communication externe, medias et outils de communication

La mise en œuvre de la stratégie de communication passe par le renforcement des capacités de l'UNCG et l'amélioration de sa représentativité ; il passe par le renforcement de la communication interne (culture de partage d'informations, capitalisation des bonnes pratiques et des résultats).

La stratégie du contact direct sera privilégiée à travers la mise en œuvre d'actions axées sur une communication de proximité qui privilégierait l'animation de rencontres périodiques avec les différentes cibles.

La stratégie de communication du SNU au Cabo Verde (2012-2016) est basée sur un plan de travail annuel, qui est mis à jour, présenté et approuvé chaque année par l'UNCT du pays. Le plan de travail de l'UNCG doit être élaboré sous la direction du responsable de l'UNCG. L'UNCT du Cabo Verde examinera le précédent plan de travail annuel à la fin de chaque année pour évaluer les progrès par rapport aux objectifs stratégiques définis et pour guider l'élaboration du plan de travail pour l'année prochaine.

Les différentes agences représentées au sein de l'UNCG partagent également la responsabilité de la mise en œuvre du plan et la réalisation des objectifs annuels de travail, et se porteront à accepter l'affectation des tâches.

Ressources humaines et matériels

Les principaux acteurs de la mise en œuvre de la stratégie de communication se composent de l'UNCT conjointement avec les membres de l'UNCG, qui auront la responsabilité de mettre en place un système de suivi et évaluation et de *reporting* des activités de communication.

Les agences non résidentes devraient être impliquées par leurs chargé (e)s de communication et ce, à travers l'utilisation des Technologies d'Information et Communication (TICs) pour participer aux réunions de l'UNCG et pourtant prendre des rôles dans la mise en œuvre de la stratégie de communication.

De nouveaux Termes des Références (TdR) pour l'UNCG sont intégrés dans la présente stratégie et proposent d'inclure les 19 Agences et trouver des modalités de participation de tous les chargé (e) s de communication.

Le leadership de l'UNCG doit être tournant tous les deux (2) ans.

Budget de financement de la stratégie de communication

Pour la mise en œuvre de la stratégie de communication, le Système des Nations Unies au Cabo Verde, devrait prévoir un budget indicatif, en l'occurrence du budget de l'UNDAF.

Toutefois, l'UNCG devrait sur la base des activités de communication ici identifiées et consignées, élaborer un plan de communication et un plan de travail annuel; le budget de la stratégie de communication sera donc annuel et sera en fonction des activités retenues dans le plan de travail .

Enfin, chaque agence de l'UNCT devrait prévoir dans son budget annuel ou du biennium, une contribution pour le financement de la stratégie de communication. La contribution sera définie en commun accord par chaque agence et ce sur proposition du Coordinateur Résident.

Suivi et évaluation

Généralement, les mécanismes de suivi évaluation seront basés sur le cadre logique à être établi prochainement. Il proposera des indicateurs de résultats et de processus qui pourraient permettre d'apprécier les performances réalisées; il s'agit entre autre des rapports de mise en œuvre des plans annuels de communication. Un rapport annuel sera présenté à l'UNCT.

Pour les médias, un système de suivi évaluation de l'impact des prestations médiatiques sera mis en place: il évaluera l'exposition des lecteurs, audiences, auditeurs aux messages et aux activités de communication diffusées.

Ce système permettra d'autre part de savoir si ces activités de communication ont apporté des bénéfices aux différents publics exposés: ont-ils été informés, sensibilisés, motivés, mobilisés autour d'une action? L'activité de communication leur a transféré des savoirs et des connaissances ? Enfin ce système permet sur une durée annuelle, de mesurer si les activités de communication ont contribué au changement d'attitudes et de comportements qui constitue l'objectif majeur et final de la communication pour le développement.

Annexes

Tableau 1 : Contexte Socio-économique du pays

INDICATEURS	Cabo Verde	Féminin	Masculin	Date
DÉMOGRAPHIE				
Population	491,875	50,5%	49,5%	2010
Taux de fécondité	2,6			2010
Familles dirigées par des femmes	48%			2010
Espérance de vie à la naissance	75	79	70	2010
SANTE				
Mortalité maternelle (pour 100.000)	43			2012
Mortalité < Moins de cinq ans	23,7			2012
	‰			
Nouveaux cas de VIH reportés	399 ³	226	147	2011
ÉDUCATION				
Analphabétisme entre adultes	17%	22,7%	12%	2010
Taux net de scolarisation primaire	94%	91%	93%	2012
ÉCONOMIE				
Coefficient de Gini	0,47			2007
Taux de pauvreté (ménages)	27%	33%	21%	2007
Taux de chômage	10%	12,1%	9,6%	2010
		%	%	
Taux de chômage 15-24 ans	27%	34%	22%	2010
Taux de croissance économique	5%			2010
PIB par habitant	\$3.206			
Travailleurs du secteur informel	18%	52.5%	47.5%	2012
Charge de travail totale de la population âgée de 10 ans et plus	100%	62%	38%	2012
Participation de la population âgée de 10 ans et plus au travail rémunéré	26%	44%	56%	2012
Participation de la population âgée de 10 ans et plus au travail non rémunéré	74%	68%	32%	2012
Responsabilités familiales comme facteur limitant l'entrée sur le marché du travail	16%	23%	4%	2010
PARTICIPATION POLITIQUE				
Femmes parlementaires	21%			2011
Femmes municipales élues	22%			2011
Femmes dans le pouvoir exécutif	47%			2014
VIOLENCE CONTRE LES FEMMES				
Cas soumis	3,237			2012
Cas résolus	38%			2012

³ 26 cas sans indication de sexe

La Méthodologie d'élaboration de la stratégie

Pour conduire et élaborer cette stratégie, le processus a compté sur l'appui technique du Conseiller Régional pour la Communication et l'Information du Bureau Régional de l'UNESCO pour l'Afrique de l'Ouest.

Pour parvenir à l'élaboration de la présente stratégie, une méthodologie basée sur une approche participative a été utilisée, avec les étapes suivantes:

- Début de la mission (11- 15 novembre 2013) à travers d'une approche participative
- Effectuation d'une analyse de la situation d'une façon systématique à travers un état des lieux et collecté les documents basés sur :
 - 1) L'UNDAF
 - 2) La stratégie de croissance et de réduction de la pauvreté
 - 3) Le plan stratégique de la communication sociale
 - 4) Les documents internes sur la stratégie de communication externe et interne, la stratégie de communication interne (Agences des Nations Unies au Cabo Verde).
 - 5) Les TDR de l'équipe pays au Cabo Verde.
- Sélection et rencontre des groupes cibles à toucher: rencontre avec l'équipe de communication et la coordination du SNU pour échanger sur l'UNDAF, la nécessité de le doter d'une stratégie de communication, les domaines et secteurs clés au développement à prendre en compte dans la stratégie,
- Détermination de la nécessité ou non d'élaborer deux (2) stratégies de communication, l'une en appui à l'UNDAF et l'autre relative à la visibilité du SNU au Cabo Verde.
- Planification pour la production d'un seul document qui comprendrait les deux (2) aspects de la communication, qui même si elles sont différentes, sont complémentaires.
- Elaboration et rédaction de la stratégie

Messages Thématiques (propositions)

Croissance inclusive et réduction de la pauvreté

- La création d'emplois passe par la formation professionnelle et technique et le développement de l'entreprenariat
- La création des opportunités passe aussi à travers la promotion de l'économie créative
- Le SNU au Cabo Verde agit dans la conviction que la croissance durable est un pré requis pour la réduction de la pauvreté, la stabilité sociale, la sécurité alimentaire, la santé des populations et la croissance économique
- Le SNU au Cabo Verde aligne ses interventions avec les cadres de développement nationaux, notamment le DSRP III
- Le SNU au Cabo Verde vise à renforcer la bonne gouvernance incluant la gouvernance économique pour atteindre la réduction de la pauvreté et le développement durable
- L'accès des femmes à la terre, aux intrants joue un facteur crucial pour la sécurité alimentaire du pays

Consolidation des institutions de la démocratie et de la citoyenneté

- La participation des médias dans le processus de consolidation des institutions, de la démocratie et de la citoyenneté est fondamentale surtout en matière de plaidoyer tant au niveau des populations que des décideurs
- La démocratisation du pays passe aussi pour la participation active des citoyens à la vie politique
- Le renforcement des capacités techniques des institutions publiques est indispensable pour garantir la consolidation de la démocratie et une culture de la paix pour le développement
- Le SNU au Cabo Verde promeut l'égalité et l'équité de Genre à travers le renforcement de la participation de la femme à la prise de décision, la promotion des droits et l'accès aux services sociaux de base
- Le SNU appuie les institutions publiques pour améliorer la gestion des ressources humaines afin de lutter contre la corruption
- Le SNU agit pour la promotion de la culture citoyenne à travers l'éducation civique
- Le SNU vise à promouvoir la gestion participative des affaires publiques, surtout en matière de réduction de la pauvreté, du respect des droits de l'homme, de la préservation de l'environnement entre autres
- Prévention et combat à la drogue et la criminalité
- Promotion de l'Intégrité et l'éthique dans le secteur public et privé
- Renforcement de la Justice Juvénile

Réduction des disparités et des inégalités

- Promouvoir l'intégration des populations vulnérables, notamment femmes en milieu rural et les jeunes, à l'économie du pays, en assurant le développement durable
- Renforcement des services sociaux de bases notamment les systèmes éducatifs et de santé comme éléments contribuant à la réduction des disparités et des inégalités
- Renforcement des politiques et programmes de population et genre
- Appui à la création des différents réseaux des femmes pour lutter contre les disparités et les inégalités
- Promotion d'activités ciblant les jeunes
- Amélioration de l'accès, la qualité, et l'utilisation des services de santé de la reproduction et de prévention des IST/VIH/SIDA avec un accent particulier chez les femmes et les jeunes/adolescentes
- Amélioration de l'accès, la qualité, et l'utilisation des services
- Promouvoir l'éducation à la paix et à la citoyenneté pour la prévention des conflits et incitation à œuvrer pour d'avantage de justice et l'éducation interculturelle
- Prévention contre l'usage des drogues et traitement des toxicomanes
- Renforcement des capacités des familles

Durabilité environnementale et adaptation aux changements climatiques

- L'environnement et les ressources naturelles sont cruciaux pour un développement humain et économique durable.
- Le SNU promeut et supporte la recherche et la vulgarisation scientifique pour le renforcement des capacités de gestion des ressources naturelles.
- Le SNU vise à faire prendre en compte le lien environnement et pauvreté dans tous les secteurs du développement
- Le développement durable est une affaire de tous à tout niveau
- Le lien entre la pauvreté et l'environnement doit être considéré dans tous les plans de développement
- Le développement durable nécessite d'une gestion rationnelle des ressources naturelles
- Il est impératif promouvoir un changement de mentalité sur l'environnement au niveau central et local
- L'environnement doit être pris toujours toujours en compte dans le développement des activités économiques
- L'engagement des partenaires au développement est fondamental pour le développement durable

UNDAF 2012-2016 : les groupes relatifs aux axes stratégiques

Pillar	Agency	Focal Point	Email Address
Inclusive growth and poverty reduction	Lead Agency – FAO	Luciano Fonseca	Luciano.Fonseca@fao.org
	Co-Lead Agency - UNIDO	Rui Levy	rui.levy@cv.jo.un.org
	WFP	Jose Castillo	jose.castillo@wfp.org
	UNDP-UNFPA-UNICEF	Heloisa Marone	heloisa.marone@cv.jo.un.org
	UNWOMEN	Vanilde Furtado	vanilde.furtado@unwomen.org
	ILO	Cheick Badiane	Badiane@ilo.org
	UNHABITAT	Janice Silva	janice.silva@undp.org
	ITC	Ekutu Bonzemba	bonzemba@intracen.org
	UNESCO	Jean Pierre Ilboudo	jp.ilboudo@unesco.org
	UNCTAD	Jean-Philippe Rodde	Jean-Philippe.Rodde@unctad.org
	IOM	Ana Barbosa de Melo	abmelo@iom.int
	WHO	Iolanda Estrela	estrelai@who.int
	Co-Lead Agency – UNODC	Cristina Andrade	cristina.andrade@unodc.org
	WHO	Vera Andrade	andradev@who.int
	UNODC	Omaru Djalo Abreu	Omaru.DJALO@unodc.org
	OHCHR	Marc Memier	mmemier@ohchr.org
	WFP	Jose Castillo	jose.castillo@wfp.org
	IOM	Ana Barbosa de Melo	abmelo@iom.int
	UNHABITAT	Janice Silva	janice.silva@undp.org
	UNWOMEN	Vanilde Furtado	vanilde.furtado@unwomen.org
ILO	Cheick Badiane	badiane@ilo.org	
UNESCO	Jean Pierre Ilboudo	Jp.ilboudo@unesco.org	
Reduction of disparities and inequalities	Lead Agency – WHO	Ambrosio Disadidi	disadidia@who.int
	Co-Lead Agencies – UNICEF-UNFPA	Nelida Rodrigues	nelida.rodrigues@cv.jo.un.org
	ILO	Cheick Badiane	Badiane@ilo.org
	UNV	Renata Farias	renata.farias@cv.jo.un.org
	UNODC	Cristina Andrade	cristina.andrade@unodc.org
	UNESCO	Jean Pierre Ilboudo	jp.ilboudo@unesco.org
	WHO	Carolina Gomes Iolanda Estrela	gomesc@who.int estrelai@who.int
	UNHABITAT	Janice Silva	janice.silva@undp.org
UNWOMEN	Vanilde Furtado	vanilde.furtado@unwomen.org	
Environmental sustainability and climate change adaptation	Lead Agency – UNDP	Antonio Querido	antonio.querido@cv.jo.un.org
	Co-Lead Agencies – UNIDO	Rui Levy	rui.levy@cv.jo.un.org
	Co-Lead Agencies – UNHABITAT	Janice Silva	janice.silva@undp.org
	FAO	Luciano Fonseca	Luciano.Fonseca@fao.org
	UNEP	Samba Harouna	samba.harouna@unep.org
	WHO	Justiniano Mendonça	mendoncaj@afro.who.int
	UNESCO	Jean Pierre Ilboudo	Jp.ilboudo@unesco.org
	UNWOMEN	Vanilde Furtado	vanilde.furtado@unwomen.org

Le paysage médiatique au Cabo Verde

Selon le classement 2014 de la liberté de la presse de l'ONG Reporters sans frontières (RSF), le Cabo Verde (24^e place au niveau mondial) est le leader de la CEDEAO en matière de respect de liberté de la presse.

La presse écrite est composée de trois hebdomadaires : A Semana, A Nação et Expresso Das Ilhas, et d'un mensuel d'information artistique Artiletra.

Il existe une agence de presse, INFORPRESS et plusieurs sites d'information générale comme Sapo CV ou Binokulo Político.

Télévision: TCV–Televisão de Cabo Verde (chaîne publique) qui transmet au niveau national, pendant 18 heures de transmission par jour ; RTP África, chaîne internationale qui a comme objectif de renforcer les liens entre les pays PALOP (Pays Africains de Langue Officielle Portugaise) et promouvoir la langue portugaise; TV 5 Afrique– chaîne internationale française; Record Cabo Verde – chaîne privée de Cabo Verde qui appartient au groupe brésilien Rede Record; TIVER – Televisão Independente de Cabo Verde, chaîne privée.

Radio: Le secteur de la radio au Cabo Verde est entièrement libéralisé. Il y a des stations publiques, privées et de la radio communautaire. Le panorama national compte une totalité de 27 opérateurs , qui pour le Cabo Verde est un nombre assez élevé, compte tenu de la taille du pays .

Les radios assurent une couverture de l'archipel, mais en raison de contraintes financières, certaines d'entre elles n'ont pas de correspondants dans toutes les îles. Il y a des stations de radios locales dans plusieurs îles avec une programmation spécifique et des informations très variées (culture, sport, économie, politique et institutionnel). Toutefois, le nombre limité de professionnels qualifiés, la faible utilisation des nouvelles technologies, l'utilisation/accès limité d'internet (Internet / site) et le manque de revenus et de financement/coûts a conditionné le développement de stations de radio commerciales ainsi que certaines radios communautaires.

OPERATEURS DU SECTEUR DU MARKETING ET DE LA PUBLICITE / ETUDES D'OPINION

ENTIDADES	Tipo	Local	Agência	Prd.	Impressão	Impressão	Meios	Estudos Opinião
				Audio/Visu	PF	GF		
GC Comunicações	LDA	Praia	*	*	*		*	*
GRP Investimentos, Lda.	LDA	Praia	*		*	*	*	*
OPAL Publicidade de Cabo Verde	LDA	Praia	*		*			
EME Marketing e Eventos	LDA	Praia	*	*	*			*
PC Arte	LDA	Praia	*	*	*			
PUBLICOM	LDA	Praia	*	*	*	*		*
ACI	LDA	Praia	*	*				
Sódsenh	LDA	Mindelo	*	*	*			
ARASIMPORT	Unipessoal	Praia	*					
Protocolo – Eventos em Tempo Real	LDA	Praia	*	*	*	*	*	*
CRIAPURA	LDA	Praia	*	*	*		*	*
BZN Digital	LDA	Praia	*		*	*		
Afrosondagem	LDA	Praia	*					*
MGF	SA	Mindelo	*					*
Catchupa	LDA	Sal	*	*	*		*	*

Fonte: Empresas entrevistadas; Desk research; Análise Consultor

Proposition et description de quelques activités et support de communication

Cibles de la Communication Interne

Résultats attendus	Activités	Cibles	Approche de COMM	Indicateurs
Renforcement du leadership Plus d'initiatives pour la promotion de l'ONE UN.	1.1 E-mail 1.2 Formation pour renforcer les capacités de communication au sein du personnel 1.3 Organisation de réunions d'information par la UNRC et l'UNCT et de brainstorming sessions pour le staff de SNU	La coordination du SNU		
Les acteurs internes sont pleinement impliqués et contribuent dans le processus de communication	1.4 Organisation des rencontres périodiques du groupe UNCG (1 fois par mois) 1.5 Création d'un calendrier de communication	UNCG	Réunion de personnel, Téléphone, Email Séances d'information et sensibilisation Atelier de renforcement des capacités	Nombre de séances/rencontres Nombre de documents partagés avec les acteurs internes
Création d'un esprit participatif au sein du SNU Renforcer l'image du SNU comme une équipe unie	1.1 Organisation des rencontres all staff tous les trimestres 1.2 Elaboration d'un calendrier des événements 1.3 Organisation des activités sociales du SNU	Personnel SNU	Réunion de personnel, Téléphone, Email Séances d'information et sensibilisation Réunions all Staff Retraites Atelier de renforcement des capacités	Nombre de séances/rencontres Nombre des activités sociales réalisées
Idem	Idem	Personnel Agences non résidentes	Réunion de personnel, Téléphone, Email	

			Séances d'information et sensibilisation Atelier de renforcement des capacités	
Appui logistique, technique et financier		Les sièges et bureaux régionaux des agences		

Cibles de la Communication Externe

Résultats attendus	Activités	Cibles	Approche de COMM	Indicateurs
Le niveau d'information des medias sur le travail du SNU est amélioré Favoriser la présence du SNU sur les moyens de communication Faire écho aux messages et valeurs du SNU Couvrir systématiquement toutes les activités du SNU	1.1 Renforcer les capacités des journalistes sur le traitement des questions liées au développement 1.2 Convention avec la presse (TV et Radio) 1.3 Organiser des visites de terrain de projets avec les journalistes 1.4 Réaliser et diffuser un Kit SNU	Médias	Documentation Visite de terrain Rencontres régulières Kit du SNU	Nombre de journalistes formés Nombre de visites de terrain organisées Nombre d'articles publiés
Améliorer le partage d'information Dynamisation des cadres de concertation facilitant la cohérence et l'appropriation de l'UNDAF Participation aux activités de promotion des interventions En partenariat avec les SNU, définition des thématiques prioritaires pour le développement d'une	1.1 Participation conjointe dans la célébration des journées mondiales 1.2 Partage des fiches/documents des projets	Gouvernement Partenaires	Documentation Séances de travail Rencontres Relations publiques Kit du SNU	

<p>stratégie de plaidoyer</p> <p>Accroître la visibilité des interventions du SNU auprès des partenaires</p>				
<p>Développement des synergies</p> <p>Mobilisation des ressources</p>		<p>Entités partenaires et donateurs</p>		
<p>Accroître la visibilité des interventions du SNU auprès du grand public</p>	<p>1.1 Actualisation du site</p> <p>Mise à jour régulière avec news, des photos etc.</p> <p>1.2 Publication et dissémination d'un newsletter conjoint</p> <p>1.3 Réaliser et diffuser un Kit COMM</p> <p>1.4 Identification des ambassadeurs de bonne volonté</p> <p>1.5 Publication de dépliants</p> <p>1.6 Apparition de la Coordinatrice résidente et d'autres chefs d'Agences/Unités sur la radio et la télévision talk-shows mettant l'accent sur les problèmes de développement de Cabo Verde et sur le soutien conjoint des Nations Unies à la réalisation des priorités nationales</p>	<p>Grand Public</p>	<p>Site Web</p> <p>Newsletter</p> <p>Bulletin</p> <p>Médias</p>	<p>Site web à jour</p> <p>4 newsletters en version électronique online</p> <p>Lien vers le site</p> <p>Nombre de dépliants diffusés</p> <p>Nombre de visites des pages du site web visitées</p> <p>Nombre de publications distribuées</p>

Termes de Référence: Groupe de Communication des Nations Unies au Cabo Verde (UNCG)

Draft

INTRODUCTION

Le Groupe de Communication au Cabo Verde est en place formellement depuis 2006.

Les présents TDR sont élaborés pour répondre aux nouveaux défis dans le cadre du Delivering as One (DaO), notamment dans le contexte de l'Examen Quadriennal Complet (QCPR), qui reconnaît la communication comme un pilier fondamental du DaO. Ce pilier doit assurer une communication cohérente, promouvoir le dialogue avec le Gouvernement et les partenaires au développement. Il est aussi stratégique, en tenant compte de son rôle dans le contexte de la mise en œuvre du Plan Cadre des Opérations et de l'Aide au Développement, particulièrement en mettant en exergue l'efficacité, l'efficience, la cohérence et l'impact des activités des Nations Unies.

i) Mis en place en 2002 à l'initiative du Secrétaire Général des Nations Unies, le Groupe de Communication des Nations Unies (UNCG) a émergé comme plateforme forte d'unification pour traiter des défis communs de communication faisant face aux Nations Unies.

ii) Le groupe, qui inclut les responsables et les points focaux de communication des agences des Nations Unies, tient des réunions régulières (à définir, mais préférablement mensuelles) où des questions actuelles de communication, le suivi du plan d'action et priorités sont discutés.

Le groupe se réunit également une fois par an lors d'une retraite, pour discuter les aspects politique et stratégique visant répondre aux activités et programmes conjoints.

2. Termes de Référence

UNCG-Cabo Verde est un groupe de travail de l'UNDAF. Il est sous l'autorité de l'Equipe Pays et l'unité de la coordination du Système des Nations Unies appuie son fonctionnement.

UNCG-Cabo Verde est un groupe de conseil, de plaidoyer, d'appui technique en communication avec le mandat suivant :

- I. Assurer une approche coordonnée des activités d'information et de communication des initiatives conjointes du SNU et communiquer sur les résultats de l'UNDAF
- II. Favoriser et promouvoir, par l'information et la communication, l'image du Système des Nations Unies, ses messages et ses interventions ;
- III. Elaborer des partenariats stratégiques avec les médias publics et privés et renforcer leurs capacités sur toute activité en relation avec le Système des Nations Unies
- IV. Contribuer à renforcer la communication interne dans le Système des Nations Unies ;
- V. Favoriser une image cohérente des Nations Unies en complémentarité aux programmes de communication et de plaidoyer de chaque agence ;
- VI. Appuyer dans la mobilisation des ressources et partenariats
- VII. Favoriser des rapports efficaces de partenariat avec les ONG, la Société Civile et le secteur privé ;
- VIII. Participer à la collecte de données sur les résultats des interventions des agences du système des Nations Unies pour le rapport annuel du Coordonnateur ;
- IX. Préparer et soumettre à l'approbation de l'Equipe Pays, un plan de travail et un budget annuel reflétant l'esprit de coordination et les objectifs en termes de communication ;
- X. Procéder à un suivi : évaluation périodique du plan de travail

4. Fonctionnement du groupe UNCG-Cabo Verde

- 1) Le groupe de communication sera présidé par le membre de l'UNCG attaché à la coordination et co-présidé par un membre provenant d'une autre agence. Un rapporteur sera désigné par les membres.
- 2) Les membres du groupe seront composés des Chargés et points Focaux de Communication des agences du Système des Nations Unies au Cabo Verde.
- 3) Dans le cadre du suivi des programmes le groupe de communication doit être et sera représenté dans le groupe programme afin de faciliter la communication sur les activités et une meilleure appropriation des activités.
- 4) Fréquence des réunions: Des réunions tournantes seront organisées mensuellement (à définir le jour fixe). L'agence hôte sera en charge de la prise de note et de l'organisation de la réunion selon le calendrier défini en début d'année.
- 5) UNCG-Cabo Verde communique ses rapports au Coordonnateur Résident ainsi qu'aux Chefs d'Agence de l'Equipe de Pays. Une revue annuelle et une évaluation des activités du Groupe seront

effectuées, et formeront la base d'un rapport sur l'état d'avancement annuel. Ce rapport sera communiqué au secrétariat d'UNCG au siège de l'ONU, pour un partage avec tous les membres d'UNCG et pour figurer sur le site internet d'UNCG.

6) Processus décisionnel : la majorité

Activités suggérées

Selon les besoins, l'expertise et la disponibilité locaux des ressources, UNCG-Cabo Verde mettra en œuvre les activités suivantes :

- i. **Réunions régulières** : Le groupe de communication se réunira tous les mois (suggestion) pour discuter des questions et défis communs de communication, concevoir des réponses communes et pour entreprendre des actions collectives. Des comptes-rendu avec des points de décision et d'action seront envoyés pour un suivi
- ii. **Stratégie de communication** : Une stratégie de communication, est élaborée par le UNCG-Cabo Verde et basée sur les priorités de l'Equipe pays visant répondre aux demandes en termes d'information et de communication sur les résultats et l'impact des interventions des Nations Unies au Cabo Verde
- iii. **Communiqués de presse** : Etant donné que les agences continueront à publier différents communiqués de presse concernant les activités de l'organisation individuelle, des communiqués de presse communs seront produits sur les programmes conjoints, les questions et les activités principales prioritaires de l'ONU, tels que les Objectifs du Millénaire pour le Développement, la réforme de l'ONU ou journées commémoratives, entre autres.
- iv. **Agenda des événements médiatiques** : Pour éviter des conflits et en vue d'une meilleure planification des événements de l'équipe de pays, le groupe de communication préparera et circulera chaque mois un calendrier des activités qui sera aussi publié dans le site web au lien Calendrier. Ceci inclura des événements publics, tels que des conférences et autres activités publiques de rassemblement et, médiatiques, telles que des conférences de presse, des visites, et lancement des rapports, etc. L'UNGC sera responsable sous la coordination analyste de la communication, de produire le calendrier, avec des inputs de tous les membres d'UNCG.
- v. **Missions de terrain pour les médias** – UNCG-Cabo Verde organisera, périodiquement des missions sur le terrain avec les medias pour présenter les activités coordonnées du système de l'ONU dans les secteurs spécifiques. Il doit aussi organiser des visites avec les partenaires au développement visant la mobilisation des ressources et partenariats

- vi. Programmes Radio et Télévisés** - En syntonie avec le plan d'action, le UNCG - Cabo Verde doit organiser des émissions radio, lors des occasions spécifiques. Le contenu de programme devrait être discuté à l'avance avec les membres de l'UNCG. Une approche semblable sera adoptée en ce qui concerne la production de documentaires, des visuels et des programmes de TV. Dans le contexte de la communication pour le changement de comportement et changement social, le UNCG doit développer une stratégie spécifique de coopération avec les radios communautaires et autres canaux de communication au niveau du terrain.
- vii. Partenariat avec les Médias** – UNCG-Cabo Verde devra élaborer un cadre de partenariat avec les médias, publics et privés, dans le but de créer une synergie au service d'une meilleure information du public sur l'appui des Nations Unies aux efforts du gouvernement en faveur du développement national
- viii. Bulletin électronique** - Afin d'accentuer la synergie de l'impact et des résultats des interventions sur le terrain de l'ONU et d'amplifier sa participation au niveau national, UNCG-Cabo Verde doit produire et distribuer (à définir la périodicité) un bulletin d'information (électronique) au niveau interne et externe. Ce bulletin fournira un résumé des informations sur les activités courantes et informera les lecteurs au sujet des activités/événements à venir, et servira de véhicule d'information, de débats d'idées, d'analyses thématiques et d'idées, etc
- ix. Le kit d'information du Système des Nations Unies** - Le groupe de communication créera un kit commun d'information, qui inclura des fiches documentaires consacrées à l'UNDAF. Il doit aussi inclure des détails de contact de tous les points focaux de communication et sera offert à tous les visiteurs et représentants des médias.
- x. Site Web** - il existe un site web du SNU Cabo Verde www.un.cv que l'UNCG doit alimenter régulièrement pour qu'il répercute les interventions des Nations Unies au Cabo Verde.
- xi. Célébration des dates importantes et des occasions spéciales** – La célébration commune de UN Day et d'autres occasions spéciales constituent d'excellentes opportunités pour le plaidoyer. Certaines journées de l'ONU sont célébrées par le gouvernement avec l'appui d'une ou plusieurs agences de l'ONU. Le groupe de communication travaillera avec les Départements appropriés du gouvernement à l'organisation de ces journées.
- xii. Reporting** : UNCG-Cabo Verde doit présenter un rapport annuel au Coordonnateur Résident et à l'UNCT. Une revue annuelle et une évaluation des activités du groupe seront effectuées et formeront la base d'un rapport sur l'état d'avancement annuel.