

INTRODUCTION

0.1. Problématique

Notre sujet de recherche porte sur les outils de communication interne de l'Unicef. Cas de bulletin de l'information.

Dans toute organisation, la communication se révèle comme un élément indispensable pour sa survie et son évolution. Elle est également au centre de toute activité humaine, du fait que tout ce que l'homme entreprend au sein d'une société est lié à la communication.

L'Unicef, une de structures spécialisées des Nations Unies dispose d'un support de communication qui est le bulletin d'information de l'Unicef.

En tant qu'activité de communication, ce bulletin soulève les interrogations suivantes : qui est l'émetteur de ce bulletin d'information ? Quelles sont les informations véhiculées ? À quels publics s'adresse ce bulletin et quels sont ses effets sur le public visé ?

Le grand nombre de questions soulevées au sujet de ce bulletin ne nous permet pas de les aborder toutes dans le cadre de ce travail de fin de cycle. Nous nous proposons d'examiner quelques aspects. Il s'agit de ceux liés à l'émetteur et au contenu du bulletin. Notre problème général de recherche est que l'on sait très mal comment une organisation du système des nations unies, utilise ses outils de communication interne. D'où notre question générale de recherche est posée en ces termes: Comment une organisation utilise ses outils de communication pour faciliter la communication en interne?

Quelques études antérieures consacrées à cette problématique ont retenu notre attention. C'est le cas de l'étude réalisée par Princylyia

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

Kisimba Matondo portant sur la communication interne de la Rawbank¹.

La problématique de l'auteur tournait autour de la manière dont Rawbank pratique la communication interne, et de différentes actions qui entrent en jeu pour maintenir un climat favorable au déroulement du travail en son sein. Elle démontre que toute entreprise soucieuse d'établir et de maintenir en son sein un climat favorable pour le travail, mène des actions de communication interne dans le cadre d'une stratégie bien définie et fondée sur les médias et les supports adaptés au travail au sein de l'entreprise.

La deuxième étude est celle de Stella Abaya Kombe portant sur la communication interne de la Fondation M'zee Laurent Désiré Kabila (LDK).²

La problématique de l'auteur était centrée sur les moyens de communication que la Fondation M'zee Laurent Désiré Kabila utilise pour son public interne. Dans ses recherches, Stella Abaya démontre que la Fondation M'zee LDK utilise les moyens fédérateurs supplémentaires qui assurent l'efficacité de sa communication interne.

En ce qui concerne le problème spécifique de notre recherche c'est que l'on ignore totalement les outils de communication interne développée par une organisation de système des Nations-Unies, pour faciliter sa communication en interne.

Ainsi, notre question spécifique de recherche est formulée en ces termes: comment une organisation du système des Nations-Unies s'emploie-t-elle à renforcer le sentiment d'appartenance à une

¹ KISIMBA MATONDO, P., *La communication interne de la RAWBANK*, TFC, Kinshasa, IFASIC, 2009.

² ABAYA KOMBE, S., *La communication interne d'une organisation cas de la Fondation M'zee Laurent Désiré Kabila*, TFC inédit, Kinshasa, IFASIC, 2009.

même institution, et à instaurer un climat d'harmonie à travers ses publications en général et ses bulletins en particulier?

0.2. Hypothèse de l'étude

Toute organisation qui vise la mobilisation des ressources humaines afin d'atteindre les objectifs assignés devrait utiliser des outils de communication interne qui tiennent de sa vision et ses missions assignées.

0.3. Intérêt du sujet

Notre étude présente un intérêt à la fois scientifique et professionnel.

Premièrement, elle offre l'occasion de palper du doigt les réalités du terrain et de les confronter aux théories apprises dans le domaine de communication. Cela nous aide aussi à connaître comment une organisation communique avec son public interne.

Deuxièmement, ce travail va permettre aux responsables chargés de la communication de l'Unicef d'évaluer la façon dont elle organise sa politique de communication et surtout d'améliorer son système de communication à travers son personnel et la manière de publier ses bulletins.

0.4. Méthodes et techniques

Pour mener à bon port cette étude, nous avons recouru aux méthodes descriptives et d'analytique.

Ces méthodes vont nous permettre d'analyser et de décrire les éléments utiles de notre recherche, de présenter l'Unicef comme système, avec ses composantes et afin de mieux décrire le déroulement de la communication.

Ces méthodes seront appuyées par les techniques d'analyse documentaire, d'entretien et d'observation directe qui vont nous permettre à mieux connaître et à mieux comprendre la pratique de la communication au sein de l'Unicef.

0.5. Délimitation spatio-temporelle

Tout travail scientifique doit être délimité dans le temps et dans l'espace. Dans le temps, la période prise en compte va de janvier à août 2014, période de nos investigations.

Dans l'espace, cette étude s'intéresse à la question de la communication interne de l'Unicef qui a son siège, situé au numéro 87, du boulevard du 30 juin dans l'immeuble de la communauté hellénique à Kinshasa Gombe.

0.6. Division du travail

Cette étude comporte trois chapitres. Le premier chapitre porte sur le cadre conceptuel et théorique.

Le deuxième chapitre se penche sur la présentation de l'Unicef et le dernier chapitre porte sur les résultats de l'étude, c'est-à-dire sur l'analyse du bulletin de l'Unicef

CHAPITRE I : CADRE CONCEPTUEL ET THEORIQUE

Dans ce chapitre nous allons définir les concepts clés de notre travail et évoquer la perspective théorique qui nous permet d'observer le phénomène étudié.

Section I : Définition des concepts

Les concepts à définir sont les suivants : communication et communication interne.

I.1. Communication

I.1.1. Définition étymologique

Étymologiquement, le mot communication vient du latin « *communicare* » qui signifie « *mettre ou avoir en commun* »³.

Que nous révèlent ces définitions ? nous notons que la communication peut être humaine (entre deux ou plusieurs êtres humains) ou animale (entre des animaux) et aussi concerner les machines ou des humains et des machines. De plus, à partir du moment où on la considère comme un échange, un partage, une mise en relation d'éléments, elle peut même impliquer des cellules chimiques ou des plantes.

Nous nous concentrerons sur la communication qui implique les humains, c'est-à-dire la communication interhumaine et la communication humaine-machine. Là encore, tenter de la définir n'est pas une chose facile.

³ BONNEVILLE, S, et les autres, Introductions aux méthodes de recherche en communication, Paris, Chanelière, 2000, p5.

La communication est triviale. L'étymologie en est à la croisée des chemins, sous les auspices d'Hermès, dieu des marchands, aussi des voleurs, messenger, intermédiaire et médiateur. Issue de la racine sanscrite « *mei* », la racine latin « *munus* », présente dans « communication), porte à la fois les valeurs humanitaires de la rencontre des individus ou de l'échange et la valeur communautaire du partage. Depuis la fin des 12^{ième} siècles, le mot couvre un champ polysémique que les techniques ont contribué à étendre⁴.

La communication établit une relation entre des personnes, des lieux, des machines : correspondance, interactivité, transmissions d'informations ou de données.

Les contenus de ce paralangage sont des annonces, des « nouvelles), les résultats de réflexions, des sentiments, des opinions, des projets des décisions. Les voies et moyens en sont la parole, l'écrit, les supports ou médias les plus divers, qu'utilisent l'expression individuelle ou collective de la vie de la cité, commerciale des entreprises, institutionnelle ou politique.

I.1.1. Communication et Processus de Groupe.

La communication est le mécanisme au moyen duquel s'exerce le pouvoir, elle va donc être le support qu'utilise un groupe pour faire pression sur ceux qui s'écartent de ses normes. On pourrait définir simplement le groupe comme un ensemble de personnes interdépendantes et le critère semble bien en effet l'élément fondateur de toute réalité groupable. Le groupe qui va nous intéresser est celui où les individus peuvent effectivement interagir,

⁴ PIERRE, Z, *communication publique*, Paris, Que-sais je ?, 1995, p3

communiquer, se percevoir directement et dont la taille sera nécessairement réduite à un nombre des gens bien déterminé.

I.3. Les Fonctions exercées dans les groupes

Le groupe est soumis à des forces externes (l'environnement) et internes (liées aux membres du groupe et à la nature de leurs interactions). Ces forces créent des tensions.

1. Les tensions positives

Celles qui résultent de la volonté d'atteindre certains objectifs, elles déterminent un comportement spécifique qui vise la réalisation des objectifs centrés sur les tâches partagés.

2. Les tensions négatives

Généralement des comportements d'évitement par rapport aux problèmes relationnels qui risquent de perturber le fonctionnement du groupe. Elle va prendre dans la réalité deux formes différentes et complémentaires ;

- **La fonction facilitation** : centrée sur les échanges dans le groupe et qui vise l'expression et la participation de l'ensemble des membres de groupe ;
- **La fonction régulation** : visant le règlement des conflits internes au groupe ou du moins leur maintien à un niveau acceptable pour permettre aux fonctions facilitation et production de se réaliser.

I.4. Les phénomènes de groupe

Nous allons présenter maintenant quelques-unes des recherches les plus importantes sur les groupes. Il s'agit des travaux

que l'on peut considérer comme les références incontournables sur ce thème.

I.4.1. Styles de leadership de groupe

Trois types de leadership sont alors définis qui vont correspondre aux comportements de l'adulte responsable du groupe.

a. Leadership autoritaire

Les décisions concernant le travail et l'organisation du groupe sont prises par le responsable seul, au fur et à mesure de l'évolution des activités. Les décisions ne sont ni justifiées, ni, explicitées par rapport à une progression.

b. Leadership démocratique

Les décisions résultent des discussions provoquées par le leader et tiennent donc compte de l'avis du groupe. Elles sont articulées par rapport à une progression, chaque étape étant donc clairement située et finalisée.

c. Leadership laissez faire

Le chef adopte un comportement passif. Le groupe jouit donc d'une liberté tout en sachant qu'il peut néanmoins faire appel au responsable. Ce dernier ne juge, ni n'évolue. Sa présence est amicale mais il n'intervient qu'à la demande.

I.4.2. La cohésion dans les groupes

On appelle cohésion la totalité du champ des forces ayant pour effet de maintenir ensemble les membres d'un groupe et de résister aux forces de désintégration. Elle résulte donc des forces qui s'exercent sur le groupe. La cohésion sera d'autant plus grande que les forces positives sont importantes, car elles déterminent l'attraction que le groupe exerce sur les membres. Une cohésion forte due à une action attractive des buts du groupe sur les individus et à la volonté de se maintenir dans le groupe. L'analyse des nombreux travaux permet de dégager les points d'accords sur les facteurs intervenant dans la cohésion d'un groupe.

FACTEURS DE LA COHESION	
Facteurs favorables à la cohésion	Facteurs défavorables à la cohésion
<ul style="list-style-type: none"> - Homogénéité du groupe - Accord sur les buts - Attrait de l'appartenance au groupe - Fréquence des interactions - Existence d'une menace extérieure - Proximité physique - Leadership « démocratique » - Compétition intergroupe - Bonne communication - Répartition claire des rôles 	<ul style="list-style-type: none"> - Hétérogénéité du groupe - Désaccord sur les buts - Absence d'intérêt pour le groupe - Rareté des interactions - Absence de menaces extérieures - Distance physique - Leadership « autocratique » - Compétition intragroupe - Mauvaise communication - Ambiguïté des rôles

I.5. Elément de la communication

I.5.1. Les acteurs de la communication ⁽⁵⁾

Les acteurs sont des personnes humaines qui cherchent à communiquer entre elles. Le premier acteur, c'est **l'émetteur**, le deuxième acteur est donc le **récepteur**. La présence de ces deux acteurs est indispensable pour qu'il y ait communication.

I.5.2. Les facteurs de la communication

Les facteurs de la communication sont :

- Le message ;
- Le canal ;
- Le contexte ou référent.

Selon Lasswell, le champ de la communication peut être défini par les cinq termes de la question : « Qui dit quoi, à qui, par quel canal, avec quels effets » ? Pour Harold, les études en matière de la communication comportent donc cinq secteurs : Emetteur, Récepteur, Message, Canal, Effet. ⁽⁶⁾

a. Emetteur (qui ?)

C'est la source de l'information, c'est lui qui envoie le message au récepteur. L'émetteur code toujours son message. Au sens large, le concept « émetteur » désigne tout ce qui est à la source, à l'origine du message. L'émetteur est autrement appelé destinataire ou encodeur.

⁵ MBELOLO YA MPIKU, *expression orale et écrite*, cours inédit, 1^{er} Graduat, IFASIC, Kinshasa, 2010,

⁶ Encyclopédie, *universel*, Paris, Larousse, 2001, p.208

b. Récepteur (à qui ?)

Il est celui à qui le message est destiné. Il reçoit le message émis par l'émetteur. C'est lui qui décode le message émis par l'émetteur. Au sens large et technique, ce concept renvoie à l'appareil qui permet la réception. Il est aussi appelé destinataire ou décodeur.

c. Le canal

C'est le moyen par lequel l'émetteur renvoie son message au récepteur. C'est tout support de message qui fait l'intermédiaire entre l'émetteur et le récepteur.

d. Le message ou contenu (quoi ?)

Le message est un facteur important. C'est la matière que l'émetteur adresse au récepteur. C'est la communication envoyée par quelqu'un.

e. L'effet

L'effet est le résultat de l'action de communiquer.

f. Le contexte

Le contexte est l'ensemble des circonstances dans lesquelles l'émetteur envoie son message au récepteur. C'est l'ensemble des circonstances qui entourent le message.

I.6. Le schéma de communication

Comme nous l'avons souligné un peu plus haut, toute communication suppose donc une source, distincte ou non d'un émetteur ou communicateur qui code son message. Le message ainsi constitué est transmis par un support matériel, ligne ou canal de transmission, vers un récepteur qui déchiffre ou décode le message dans l'état où il reçoit (après perte et brouillages éventuels dû au bruit).

Contexte



Aujourd'hui plus qu'hier, la communication fait l'objet de plusieurs recherches scientifiques, non seulement de la part des communicologues, mais aussi dans divers domaines de recherche (sémiologie, linguistique, sémantique, etc.). La communication se présente aujourd'hui comme un besoin vital de l'homme au même titre que la nécessité physique de se nourrir et de s'habiller.⁷

⁷ MBELOLO, Y, op cit

I.2. Communication interne

I.2.1. Définition

Pour Marie-Hélène Westphalen, « *la communication interne englobe l'ensemble des actes de communication qui se produisent à l'intérieur d'une entreprise* ». ⁸

La communication interne est devenue un secteur à part entière au sein de l'entreprise ; ceci revendique à la fois une réelle autonomie et une profonde proximité face à la gestion des ressources humaines, aux techniques de management et même à l'ensemble des pratiques d'information et de communication.

La communication interne remplit de multiples fonctions : exposer (des résultats, un bilan,) transmettre (des informations, un métier), impliquer, motiver, préparer et accompagner le changement. Car une entreprise n'est pas la juxtaposition d'individus, mais une intégration et une collaboration des personnes à un projet commun.

Selon Christine Donjean, « *la communication interne est indiscutablement un outil de la gestion qui apprécie la stratégie générale déterminée par le management et s'intègre dans la stratégie globale de la communication de l'institution. Elle contribue également de manière indirecte à soutenir la réputation externe de l'entreprise* ». ⁹

La communication interne fait partie de la dynamique de la construction de l'image, au même titre que la communication externe. L'image d'une entreprise dépend de l'image que diffusent les hommes

⁸WESTPHALEN, *Communication*, Paris, Dunod, 2010, P.175

⁹DONJEAN, C, *La communication interne*, Liège, Ed. Pro, 2006, P.14

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

qui y vivent ; un personnel motivé à l'externe fait une entreprise aimée à l'interne.

Elle crée une relation entre l'organisation et les membres de son personnel, les invite à adhérer au projet d'entreprise et renforce les liens qui les unissent.

Parmi l'ensemble des pratiques de communication d'une organisation, la communication interne se distingue d'après Christine Donjean par deux objectifs qui lui sont spécifiques :

- « *Informé le personnel d'une part, et de l'autre ;*
- *Favoriser la communication entre travailleurs pour que chacun se sente relié à la communauté de travail et à l'organisation, y comprenne son rôle et sa responsabilité et s'y sente valoriser ».*

I.2.2. Les fonctions de la communication interne

D'après toujours Donjean, il existe deux fonctions de la communication interne : information et managériale.

a) La fonction informative :

La communication interne répond aux attentes légitimes des publics internes en matière d'information. Elle s'inscrit ainsi dans une perspective sociale répondant aux besoins d'information de la communauté de travail.

Pour le contenu de l'information, nous relevons que les messages diffusés dans l'entreprise peuvent être répartis en deux catégories : l'information opérationnelle et l'information motivante.

- L'information opérationnelle : il s'agit ici de communiquer pour donner des ordres, instructions concernant l'exécution du travail, elles transitent essentiellement par voie hiérarchique ou fonctionnelle. Elles abordent des thèmes tels que

- l'organisation du travail, le processus de production, les normes de qualité, et différents aspects technique
- l'information motivante : renvoie à la bonne marche des activités de l'entreprise, par des entretiens.

b) La fonction managériale de la communication interne

La communication interne est devenue une discipline managériale au même titre que la gestion des ressources humaines.

Donjean postule que « *la communication interne est investie d'une mission, celle de créer un esprit, une culture d'entreprise. Elle se doit de motiver les hommes de reconnaître leur réalisation et leur contribution, de favoriser leur collaboration et leur compréhension mutuelle d'améliorer le climat social.* »¹⁰

Partant de cela, la communication interne favorise la collaboration entre les personnes, et l'aide à mieux se connaître. Elle est un vecteur de sens de valeur et de culture d'entreprise. Aussi la communication interne contribue-t-elle à rehausser l'image de l'organisation auprès de ceux qui y travaillent, et à renforcer la cohésion de la communauté de travail par la communication, les missions, la vision, les valeurs de l'entreprise.

I.2.3. Les objectifs de la communication interne

Une bonne communication a un effet positif sur le climat interne, sur l'opinion que les salariés ont la firme, et donc sur l'image globale de l'entreprise. L'entreprise a de plus en plus besoin d'entretenir et de développer sa culture d'entreprise dont dépend fortement son image.

¹⁰ DONJEAN, op cit, P.18

Face aux mutations technologiques et des marchés, les entreprises doivent être plus réactives : anticiper et réagir vite aux évolutions perçues ou prévues, ce qui suppose, corrélativement, une réalité d'écoute plus vive et plus précise. Si l'écoute des publics n'est pas un objectif nouveau de communication des organisations, la qualité et la rapidité de cette écoute repositionnent un tel objectif. Les techniques d'écoute se multiplient et les investissements se doivent d'être plus importants : enquêtes, outils de communication, baromètres, observations, radars, focus groups, système de maillage, analyse du temps, analyses de circuits d'information, systèmes de saisies.

La communication interne doit également devenir un outil d'aide à l'adaptation permanente des entreprises et la résolution des problèmes des organisations, en temps réel : identifier, coordonner, développer les réunions, leurs assigner des méthodes adaptées et établir des états de synthèse ainsi que des réseaux et des circuits de diffusion ou encore favoriser les cercles de qualité et les groupes de résolution.

Face à la concurrence des compétences, à l'intégration et à la mobilisation du personnel, l'explication et la promotion de la politique de l'entreprise se doivent d'être rapides, claires et cohérentes. L'ensemble des moyens d'information doit être régi par une gestion efficace, complémentaire, ciblage, diversification, et innovation des supports.

CHAPITRE II : PRESENTATION DE L'UNICEF CONGO

Ce chapitre porte sur la présentation de l'Unicef/Congo nous allons parler de son historique, son organisation et fonctionnement.

II.2. Présentation de l'Unicef

Le fonds des Nations Unies pour la l'enfance (l'Unicef) est l'une des agences du système des nations unies dont la mission principale est la défense et la protection des droit de l'enfant.

II.2.1. Localisation

Le siège de la représentation de l'Unicef en république Démocratique du Congo est situé au numéro 87, du boulevard du30 juin dans l'immeuble de la communauté hellénique de Kinshasa/Gombe.

II.2.2. Aperçu historique

L'Unicef dans le monde

Le fonds des Nations Unies pour les secours de l'enfance(Unicef) a été créé le 11 décembre 1946 par l'Assemblée générale des nations unies. Pour répondre aux besoins urgents des enfants, victimes de la deuxième guerre mondiale, laquelle avait ravagé toute l'Europe.¹⁸

Après l'Europe, l'Asie fut le second continent à bénéficier des services de l'Unicef à travers une assistance médical-sanitaire et alimentaire fournie en 1948 à la Chine et d'autres pays asiatiques.

Le fonds a également fourni une assistance aux mères et aux enfants réfugiés en Palestine avant d'élargir ses interventions en Afrique du nord et en Amérique latine.

En 1950, le mandat de l'Unicef est élargi de manière à englober les enfants de pays en développement. En octobre 1953, par une résolution des Nations Unies, l'organisation alors connue sous le nom de fonds des Nations Unies pour le secours de l'enfance s'intègre de façon permanente au système des Nations Unies et voit son rôle s'étendre sur des domaines nouveaux.

Il reçoit alors le mandat de répondre aux besoins urgents pour l'enfance, ce mandat est renouvelable pour une durée indéfinie. Cette nouvelle orientation se concrétisa avec l'attribution à l'Unicef d'une nouvelle dénomination sous la vocation de fonds des Nations Unies pour l'enfance tout en gardant son original.

L'Unicef, qui a soutenu depuis sa création, l'existence d'un lien entre le progrès, la paix et le bien-être des enfants, a reçu prix Nobel de la paix en 1965 à OSLO en Norvège, pour « la promotion de la fraternité entre les nations.¹⁹

Il s'est désormais donné pour rôle de montrer à l'échelle mondiale les répercussions des crises économiques et des pénuries alimentaires chez les enfants.

Après avoir joué un grand rôle pendant l'année internationale de l'enfance (AIE) en 1979, l'Unicef s'est fixé comme priorité, dans les années 1980, la résolution pour la survie et le développement de l'enfant l'Unicef lance une campagne visant à sauver des millions

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

d'enfants chaque année grâce à des programmes qui permettent de contrôler la déshydratation due aux maladies diarrhéiques, de vacciner les enfants, d'encourager l'allaitement maternel et une bonne alimentation.

En 1989, l'assemblée générale des Nations Unies adopte la convention relative aux droits de l'enfant. Celle-ci entre en vigueur en septembre 1990. Elle devient le traité des droits de l'homme le plus largement accepté ce jour.20

Au fil du temps, l'Unicef a graduellement élargi ses champs d'action. A l'origine axés sur les secours d'urgence pour les enfants, ils ont dorénavant une portée plus étendue englobant des femmes et des enfants dans le développement humaine en général.

En 2000 la déclaration du millénaire adoptée par l'assemblée générale des nations unies énonce des objectifs de développement qui accordent la priorité à la santé et à l'éducation des enfants partout dans le monde.

En 2001, le mouvement mondial en faveur des enfants commence à mobiliser les citoyens du monde en faveur des droits de l'enfant la campagne « dites oui pour l'enfant » obtient plus de 94 millions de signature.

En 2002, la session extraordinaire des Nations Unies consacrée aux enfants ou lieu à New York.

Elle redynamise les engagements pris en faveur des droits de l'enfant et définit les étapes nécessaires à la construction d'un « monde digne des enfants ». L'Unicef a posé les premiers jalons de sa coopération avec le Congo à partir des années 1960. c'est dans le cadre de l'intervention onusienne que l'Unicef a exécuté son premier projet sous la supervision de son bureau de Paris.

A partir de 1969, l'Unicef ouvre ses bureaux régionaux en Afrique notamment au Nigeria, en Ouganda et au Kenya. Ces bureaux régionaux supervisaient deux bureaux de zones installés à Dakar au Sénégal et à Brazzaville au Congo.

A l'issue de la réunion de son conseil d'administration tenue en 1965 à Addis-Abeba en Ethiopie, l'Unicef entama sous la supervision des ministres africains du plan, le processus d'analyse de la situation des femmes et des enfants dans plusieurs pays africains dont la République Démocratique du Congo.

A cette époque plus de 85% des crédits de l'Unicef étaient consacrés à des interventions dans le domaine de santé sous forme de campagne de masse et d'ouverture d'usines de lait. Toujours dans les années 1960, l'Unicef entreprit la formation des cadres de base pour assurer un meilleur soutien des initiatives de développement.²¹

II.2.3. Mandat et objectifs

L'Unicef a un mandat renouvelable à un délai indéfini avec les Nations Unies. Ce mandat est élargi de manière à englober les enfants des pays en développement et aussi répond aux besoins urgents pour les enfants.

Il a d'abord été un organisme de secours qui, pendant ses premières années, agissait dans un champ d'action de grande importance. En rapport avec les objectifs, les actions de l'Unicef consistent à :

- *Donner aux enfants un bon départ à la vie ;*
- *Aider les enfants à suivre et à s'épanouir ;*
- *Scolariser les enfants ;*
- *Assurer une bonne santé aux enfants et aux femmes ;*

II.2.4. Organisation et fonctionnement

II.2.4.1. Organisation

L'Unicef est doté d'un conseil d'administration créé un en même temps que lui et d'un conseil de direction. Le conseil de direction est l'organe de gestion courante de l'organisation. Il gère le secrétariat et assure la répartition des tâches ainsi que la délégation des pouvoirs aux représentants dans les différents pays membres.

Il pilote l'élaboration des options des programmes et leur soumission aux autres organes de direction. En outre, il fait la rédaction des plans et des rapports de performance en matière de programmes et finances qui lui incombent. Ce conseil est dirigé par un Directeur Général nommé par le secrétaire général de l'ONU après consultation du conseil d'Administration.

Le conseil d'administration est à la fois chargé de l'élaboration des politiques qui régissent le fonds, de l'examen des programmes et de l'approbation du budget. Il compte 36 membres et se réunit une fois l'an. Parmi les Etats représentants au conseil, on trouve 9 pays d'Afrique, 9 pays d'Asie, 6 pays d'Amérique latine et caraïbes, 4 pays d'Europe de l'Est, 12 pays d'Europe de l'Ouest.

L'Unicef a son siège à New York. Il déploie ses activités partout dans le monde grâce à ses huit bureaux régionaux et ses 125 bureaux extérieurs.

L'Unicef dispose également d'un centre de recherche à Florine en Italie, d'une base d'opération d'approvisionnement installé à Copenhague au Danemark ainsi que des bureaux régionaux respectivement à Tokyo au Japon et à Bruxelles en Belgique.

Le fonds exécute ses programmes dans 161 pays et compte 5.594 postes dans le monde. Il est un organe subsidiaire de l'Assemblée Générale des Nations Unies dont il relève par le biais du conseil économique et social.

L'Unicef, étant une branche des nations unies, emploie plus de 7000 femmes et hommes qui œuvrent en son sein dans le monde entier à la promotion et à la protection des droits de l'enfant.

Dans 161 pays et territoires, l'Unicef use de son influence auprès des individus et des institutions qui répondent aux besoins des jeunes générations. Pour y parvenir, l'Unicef est organisé en comités nationaux, ambassadeurs itinérants et conseil d'administration.

A. Les comités nationaux

Ils constituent la composante de l'Unicef. Ils organisent dans 37 pays des activités de mobilisations d'information et des collectes des fonds à travers des projets qui aident à améliorer les conditions de vie des enfants.

B. Les Ambassadeurs Itinérants

Les ambassadeurs itinérants regroupent un peu plus de 300 acteurs (musiciens, sportifs et artistes célèbres) qui, à l'échelle nationale et internationale prennent position en faveur des enfants et qui mettent leur célébrité au service de la cause de l'Unicef.

C. Le Conseil d'administration

Il est composé de 36 pays qui décident des politiques, des programmes et de finances de l'Unicef. Ce conseil est investi de son pouvoir par l'Assemblée Générale des Nations Unies.

Le Bureau Central de Kinshasa travaille en avale avec les gouvernements, les ONG et les représentants des organismes de coopération présent en RDC. Il dépend directement du bureau régional pour l’Afrique de l’Ouest, sous – bureaux et antennes installés dans sept provinces.

Les sous – bureaux et antennes sont des représentations en province l’appellation varie selon l’importance de la ville, le premier sous – bureaux de la RDC fut implanté à Bukavu dans le Kivu en 1974 dans le but d’apporter une aide urgente aux femmes et enfants affectés par la rébellion qui sévissait à l’Est de la RDC.

II.4.2. Fonctionnement

Pour son bon fonctionnement, l’Unicef associe : les partenaires, les gouvernements, le fonds social, l’EPSP et l’ESU, les organisations non gouvernementales, internationales et nationales (ONG et associations), les jeunes, les personnalités et les donateurs dans toutes les activités.

L’Unicef coopère toujours avec des partenaires en vue d’améliorer la situation qui préoccupe les enfants afin de trouver une solution. Ces partenaires sont essentiels, car les problèmes auxquels l’Unicef fait face sont trop importants pour pouvoir être résolus par une seule organisation.

Lorsqu’on parle de l’action de l’Unicef, cela signifie qu’il agit avec d’autres partenaires pour travailler et construire un monde digne pour tous les enfants.

II.5. financement

Depuis sa création, l'Unicef fonctionne grâce aux contributions volontaires¹¹.

Il reçoit des fonds de diverses sources y compris des autorités gouvernementaux, d'autres organismes de Nations Unies, des comités nationaux pour l'Unicef et organisation non gouvernementales (ONG).

Les ressources de l'Unicef se divisent en deux grandes catégories :

- Les fonds versés à la masse commune des ressources ;
- Les fonds versés à des fins particulières.

Les ressources de la masse commune ne sont pas réservées à des fins précises mais peuvent être utilisées, à l'intérieur des champs d'action prévus dans le mandat de l'Unicef avec l'approbation du conseil d'administration¹².

Quant à celles attribuées à des fins particulières, elles sont des fonds supplémentaires qui peuvent être utilisés pour le financement des programmes d'intervention d'urgence. 37 comités nationaux des pays industrialisés, constituent l'élément clé des activités de récolte de fonds.

Ces sont principalement des organisations privées qui œuvrent avec l'Unicef, pour recueillir ces fonds. Aussi recueillent – ils plus de 25% des fonds à partir de la vente des cartes de vœux et autres budgets « Unicef ».

¹¹ Rapport annuel de l'Unicef, 1999, Op. cit, p.5

¹² Idem

Le fonds travaille également en étroite collaboration avec le secteur bénévole, c'est - à - dire les organisations non gouvernementales. C'est à travers les nombreuses ONG internationales telles que Rotary International, JAYWES International et KIWANIS International que l'Unicef reçoit des fonds pour ces interventions.

L'Unicef met également à profit la célébrité et les talents des personnalités connues à qui l'on attribue la dignité d'ambassadeurs itinérants aux fins de faire avancer la cause des enfants.

Les ambassadeurs itinérants sont placés à la tête des manifestations d'appel de fonds : au cours de ses dernières années, l'Unicef a élargi son cercle d'alliés par la mobilisation sociale intégrant les maires, les parlementaires et les dignitaires religieux.

En 1998, les contributions allouées à l'Unicef ont été de 966 millions de dollars Américains repartis de la manière suivante :

- 603 millions soit 62% venus des gouvernements ;
- 319 millions soit 33% en provenance du secteur privé ;
- 44 millions soit 5% d'origines diverses.

Les premiers gouvernements donateurs sont les Etats Unies d'Amérique, la Suède, la Norvège et le Danemark¹³

¹³ Rapport annuel de l'Unicef, 1999, Op. cit, p.5

II.6. Les progrès et défis à relever par l'Unicef

Nous avons :

A. Progrès réalisés :

- Survie de l'enfant : le nombre de décès d'enfants de moins de cinq ans dans le monde est tombé de 12,5 millions en 1990 à moins de 9 millions en 2008.
- Allaitement exclusif au sein : il a augmenté pour les bébés de moins de six mois dans toutes les régions en développement du monde sauf une.
- Suppléments micronutriments : la protection complète assurée aux enfants des régions en développement par la distribution de deux doses de vitamine A est passée de 16 à 62% depuis 1999.
- Vaccinations de routine les vaccinations par les trois doses de vaccin DTC ont augmenté passant de 75% en 1990 à 81% en 2007.
- Vaccins : ils ont sauvé des millions de vies et contribué à réduire de 74% les décès imputables à la rougeole dans le monde depuis 2000.
- Prévalence du paludisme : depuis 2000 l'usage de moustiquaires à l'insecticide pour protéger les moins de cinq ans a nettement progressé en Afrique subsaharienne.
- Prévalence du VIH : elle a décliné depuis 2000 chez les femmes de 15 à 24 ans qui fréquentent un dispensaire prénatal dans 14 des 17 pays où l'on dispose de données suffisantes pour déterminer une tendance.
- Traitement du VIH in a considérablement augmenté pour les enfants de moins de 15 ans, surtout en Afrique subsaharienne.
- Accès à une source améliorée d'eau potable plus de 1,6 milliard de personnes ont obtenu un accès à une source améliorée d'eau potable entre 1990 et 2006.
- Solarisation en primaire : le nombre d'enfants ne fréquentant pas l'école a diminué de 115 millions en 2002 à 101 millions en 2007.

- Achèvement des études primaires : plus de 90 % des élèves des pays en développement allaient jusqu'à la fin de l'enseignement e 2000-2007, d'après des données d'enquêtes internationales.
- Parité des sexes dans le cycle primaire : il s'améliore avec un indice de parité qui monte à 96% ou plus dans la plupart des régions en développement.

B. Les défis de la survie et du développement :

Nous avons :

- 2,5 milliards de personnes n'ont pas accès à des installations sanitaires améliorées.
- 1 milliard d'enfant sont privés d'un ou plusieurs services essentiels à leur survie et à leur développement.
- 148 millions d'enfants de moins de cinq ans des régions en développement souffrent d'insuffisance pondérale pour leur âge.
- 101 millions d'enfants ne vont pas à l'école primaire, les filles étant plus nombreuses que les garçons.
- 37 millions de nourrissons ne reçoivent pas le sel iodé qui les protégerait des carences en iode.
- 22 millions de nourrissons ne sont pas protégés des maladies infantiles par une vaccination de routine.
- 19 millions de nourrissons des pays en développement souffrent d'insuffisance pondérale à la naissance.
- 8,8 millions d'enfants de moins de moins de cinq ans sont morts en 2008 dans le monde.
- 4 millions d'enfants meurent au cours de leur premier mois de vie dans le monde.
- 4 millions d'enfants de moins de cinq ans meurent chaque année de trois causes seulement : diarrhée, paludisme ou pneumonie.
- 2 millions d'enfants de moins de 15 ans dans le monde sont séropositifs.

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

- Plus de 500 000 femmes meurent chaque année de complications liées à la grossesse et l'accouchement.

CHAPITRE III : RESULTATS DE L'ETUDE

Ce chapitre qui valide notre hypothèse de recherche est subdivisé en trois sections. La première section porte sur le protocole méthodologique. La deuxième section consiste en la présentation des résultats de notre investigation. La troisième section interprète ces résultats.

Section I : Protocole méthodologique

Notre étude porte sur les outils de communication interne de l'Unicef. Cas de bulletin de l'Unicef.

Pour mener cette étude nous avons posé notre question spécifique de recherche de la manière suivante : comment une organisation du système des Nations-Unies s'emploie-t-elle à renforcer le sentiment d'appartenance à une même institution, et à instaurer un climat d'harmonie à travers ses publications en général et ses bulletins en particulier? Nous avons postulé en guise d'hypothèse que toute organisation qui vise la mobilisation des ressources humaines afin d'atteindre les objectifs assignés devrait utiliser des outils de communication interne qui tiennent de sa vision et ses missions assignés.

Pour vérifier notre hypothèse, nous avons opté pour l'entretien comme technique d'investigation, précisément l'entretien semi-directif.

Selon Guibert et Jumel,¹⁴ l'entretien semi-directif est une méthode qui consiste à faciliter l'expression de l'interviewé en orientant vers des thèmes jugés prioritaires pour l'étude tout en lui laissant une certaine autonomie.

Pour ces deux auteurs, « l'entretien semi-directif introduit un niveau intermédiaire entre l'attitude non directive qui donne priorité à la liberté, l'autonomie, l'expression de l'interlocuteur et

¹⁴GUIBERT,J, et JUMEL,G, *Méthodologie des pratiques de terrain en science humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, 1997, p 103.

l'attitude directive qui vise à obtenir des réponses à une série des questions dont l'ordre et la formulation sont conçus par anticipation ». ¹⁵

L'entretien semi-directif suppose la préparation d'une grille de thèmes, d'un cadre de référence qu'on désigne le plus souvent par guide d'entretien et qui facilitera en particulier l'expression de l'interviewé.

A ce sujet, nous avons élaboré un guide d'entretien contenant les thèmes suivants :

1. *Existence d'une cellule chargée de communication, si oui, ses missions, ses objectifs,*
2. *Les moyens de communication utilisés pour la communication interne,*
3. *Existence d'un bulletin d'information, si oui, son contenu*

Section II : Présentation des résultats

Traditionnellement, la présentation des données qualitatives prend la forme d'un texte narratif, comme un compte rendu d'étude de cas ou recherche ethnographique. Le chercheur peut, par exemple, décider d'organiser son compte rendu chronologiquement (retrçant ainsi le cours des événements étudiés),

¹⁵*Idem*, p.104.

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

ou autour de thèmes qu'il développera pour construire un argumentaire.¹⁶

Dans cette partie nous reprenons les données fournies par Monsieur Bruno Mpila lors de notre entretien.

II.1. Cellule de communication

La cellule communication est sous la supervision de l'équipe chargée de communication. Dans ce sens, elle aide le personnel de l'organisme de plusieurs manières entre autres, elle organise les événements en internes, diffusé les informations externes dans le cadre de sensibilisation de public cible. Les directives internes qui aident à la bonne synchronisation de toutes entités qui sont ainsi capables de comprendre, d'agir dans une même direction.

II.1.1. Organisation de la communication

La communication interne de l'Unicef est un pilier incontournable dans la gestion au quotidien des flux d'informations entre les dirigeants de l'organisme et le personnel de l'organisation.

Ces flux d'informations permettent au personnel de toute l'organisation d'avoir une visibilité sur les événements inhérents à la gestion quotidienne de l'organisation, bref à la vie de l'organisme.

II.1.2. Place et mission de la structure chargée de la communication interne.

Cette structure a comme missions :

¹⁶ BONNEVILLE,L, GROSJEAN,S, et LAGACE,M, *op.cit.* p.201.

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

- 1. D'informer le personnel sur les décisions de la direction qui touchent de manière uniforme tous les membres ou des groupes du personnel,*
- 2. D'informer les employés sur les activités commerciales de l'entreprise, dans le cadre par exemple de promotions commerciales. En effet les employés sont les premiers clients de l'entreprise et sont les premiers vulgarisateurs des produits de l'entreprise.*
- 3. D'informer les membres sur les événements externes qui touchent de près ou de loin à la vie de l'activité de l'organisation. En effet les bulletins d'informations en cas d'information urgente sont communiqués à travers ce canal.*
- 4. De relayer les informations de ou les initiatives régionales auprès des personnels de la RDC, ainsi que les informations locales à travers un magazine mensuel publié en interne pour l'organisation.*
- 5. De communiquer sur toutes les activités organisées par l'organisation pour le bien être de personnel et parfois de la communauté locale,*
- 6. De communiquer également des événements personnels de joie comme de malheur qui surviennent auprès de chaque personnel. Exemples : Naissances, Décès, Anniversaires, Mariages, etc.*
- 7. De faire circuler des études de satisfactions des agents qui permettent de prendre la température auprès de personnel et apporter des actions correctives, si nécessaire ou tout simplement apporter un éclairage sur un malentendu. En effet une grande partie des problèmes enregistré dans les organisations viennent de mal entendus qui ne sont pas aplanis et qui gangrènent l'ambiance de travail,*
- 8. De mettre à disposition une photothèque et une vidéothèque en ligne sur un serveur, rangé par thème, qui est réellement la mémoire de l'organisation et qui permet à chacun de se sentir appartenir à un groupe.*

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

9. *De mettre à disposition sur une périodicité régulière la communication ou l'interview du Secrétaire Général des Nations Unies dans le cadre d'une célébration d'une journée internationale.*
10. *De communiquer également sur les actions d'aide possible que les employés peuvent faire aux organisations qui volent au secours aux plus défavorisés : les enfants, handicapés, malades, etc.*

Ce service a donc, pour mission d'organiser la communication interne et externe au sein de l'organisation pour le bien être social du groupe, et veiller à la cohésion sociale au sein de cette institution du système des Nations Unies.

II.2. Moyens de communication utilisés

Les moyens techniques utilisés pour cette communication sont de plusieurs catégories, mais nous allons d'abord lister les médias de communications, puis les supports subjacents.

- Le Mail interne : En effet une boîte mail interne bien identifiée est utilisée pour s'adresser à tous les employés ;
- Un serveur d'archivage est mis à disposition avec une photothèque et une vidéothèque ;
- Un magazine mensuel est publié pour l'information de personnel.

Pour sa communication en interne, l'Unicef utilise les également les moyens de communication suivante :

- Le dépliant : c'est un imprimé administratif qu'e l'Unicef utilise surtout pour faire connaître son organisation, ses objectifs, sa mission, son histoire mais aussi pour sa vulgarisation,
- Fiche de projet : cet outil de communication énumère les différents projets réalisés par L'Unicef. Elle se matérialise par

concrétisation telle que l'évaluation des activités de chaque entité. Dans cette fiche de projet écrit les actions et les projets à réaliser après étude sur le terrain (étude menée par les techniciens de l'organisation).

- Les valves : ce sont les tableaux qui permettent d'afficher des informations destinées au personnel et visiteurs de l'organisation. On peut trouver les notes à l'intention des agents et des techniciens, les brochures pour une bonne gestion de leur stratégie à utiliser sur terrain lors des activités des campagnes de sensibilisation.
- Le logotype : le logotype est à la fois un emblème et une signature de l'organisation. Ainsi, il resume à lui la personnalité et la vocation de l'orgnisme aux yeux du public.
- Le memorandum : est un document utilisé ou destiné pour le public interne en général et les techniciens ou logisticiens en particulier, on note toute les informations jugées importante pour la bonne marche des activités sur terrain.

II.3. Le Bulletin de l'Unicef

L'ASSEMBLEE Générale des Nations Unies, par sa résolution 57 (I) du 11 décembre 1946, a créé le Fonds des Nations Unies pour l'enfance (Unicef) en tant qu'organe de l'Organisation des Nations Unies et que, par cette résolution et des résolutions ultérieures, l'Unicef a reçu pour mission de répondre, par l'apport de moyens de financement, de fournitures, de services de formation et de conseils, aux besoins urgents et à long terme de l'enfance, de même qu'à ses

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

besoins persistants, et d'assurer des services axés sur la santé maternelle et infantile, la nutrition, l'approvisionnement en eau, l'éducation de base et les structures d'appui aux femmes dans les pays en développement, en vue de renforcer lorsqu'il y a lieu les activités et les programmes visant à assurer la survie, le développement et la protection des enfants dans les pays avec lesquels l'Unicef coopère.

De ce fait, pour matérialiser ses projets et ses objectifs, l'Unicef doit utiliser des moyens de communication qui peuvent lui permettre atteindre ses objectifs et ses missions ; notamment l'utilisation des bulletins de l'Unicef.

II.3.1. Contenu du bulletin

- Thème : 1. Actualités du service : Mises à jour de la sécurité du site Web de l'Unicef Kinshasa ;
2. Expérience : Appui à l'Unicef pour sauver des enfants en République démocratique du Congo.

- Contenu article :

1. Actualités du service : Mises à jour de la sécurité de notre site Web

« Dans le cadre d'un processus continu d'amélioration de la protection de notre site Web, nous avons récemment renforcé sa sécurité :Le site est désormais accessible via une connection « http

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

sécurisé », et offre une sécurité supplémentaire en ce qui concerne l'authentification de la page ainsi que la confidentialité du contenu des communications entre le site Web et votre navigateur Web, grâce au cryptage des données, par exemple les identifiants d'un utilisateur ».

« En outre, nous allons apporter des changements à la politique de mot de passe qui entreront en vigueur pour tous les comptes utilisateur nouvellement créés, ainsi que pour les modifications de mot de passe effectuées par les utilisateurs. Les nouveaux mots de passe nécessitent une longueur minimale de 8 caractères, et doivent remplir au moins trois des quatre conditions suivantes : contenir au moins une lettre majuscule ; contenir au moins une lettre minuscule ; contenir au moins un chiffre ; contenir au moins un caractère spécial ».

2. Expérience : Appui à l'Unicef pour sauver des enfants en République démocratique du Congo

« Des volontaires en ligne ont soutenu le Fond des Nations Unies pour l'enfance (Unicef) en République démocratique du Congo (RDC) dans sa mission de promotion du respect des droits de l'enfant et de lutte contre la mortalité infantile en améliorant la base de données du programme Villages et Écoles assainis, en concevant des infographies sur le problème de l'eau potable et les approches de monitoring amélioré pour action, en traduisant des documents pour la Semaine de la vaccination et le dossier de presse sur la réponse de l'UNICEF à la situation des enfants dans le pays et en concevant un blog pour l'UNICEF en RDC ».

« Gareth Graham fait partie de la section Eau, Assainissement et Hygiène de l'Unicef en RDC. Il travaille avec Andrew Thornton, un volontaire en ligne, sur une base de données qui suit la progression du programme Villages et Écoles assainis, lancé en 2010 par l'Unicef et le Ministère de la Santé publique en RDC. Ce

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

programme vise à fournir et entretenir des installations d'assainissement et d'hygiène de l'eau dans les écoles et villages ruraux. « La base de données rassemble et présente toutes les informations concernant le programme et est utilisée pour faire des rapports, la promotion et le suivi. En RDC, elle est considérée comme une référence, » a déclaré Gareth. Lorsqu'il a rencontré des problèmes techniques qui ne pouvaient pas être résolus au niveau local, Gareth a cherché de l'aide auprès d'un volontaire en ligne ». Le bulletin publie encore l'organisation au sein du bureau de l'Unicef.

A. article du Bureau de l'Unicef

1. L'Unicef pourra établir et maintenir un bureau de l'Unicef dans le pays, selon que les Parties le jugeront nécessaire pour faciliter l'exécution des programmes de coopération.
2. L'Unicef pourra, avec l'assentiment du gouvernement, établir et maintenir dans le pays un bureau régional ou de zone chargé de fournir un appui aux programmes d'autres pays de la région ou zone.

3. S'il n'y a pas de bureau de l'Unicef dans le pays l'Unicef pourra, avec l'assentiment du gouvernement, fournir l'appui aux programmes de coopération dont il sera convenu avec le gouvernement au titre du présent Accord en procédant par l'intermédiaire d'un bureau régional ou de zone qu'il maintient dans un autre pays.

B. article sur le Personnel affecté au bureau de l'Unicef

1. L'Unicef peut affecter à son bureau dans le pays les fonctionnaires, experts en mission et personnes assurant des services pour son

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

compte qu'il juge nécessaires pour épauler les programmes de coopération en ce qui concerne :

- a) L'élaboration, l'examen, le contrôle et l'évaluation des programmes de coopération ;
- b) L'expédition, la réception, la distribution et l'utilisation des articles, du matériel et des autres approvisionnements fournis par l'Unicef ;
- c) Les avis à donner au gouvernement au sujet de la progression des programmes de coopération ;
- d) Toutes autres questions liées à l'application du présent Accord.

2. L'Unicef communiquera périodiquement au gouvernement les noms de ses fonctionnaires, des experts en mission et des personnes assurant des services pour son compte. L'Unicef informera aussi le gouvernement de tout changement de situation de ces agents.

C. Article sur la contribution du gouvernement

1. Le gouvernement, selon ce qu'il conviendra avec l'UNICEF et dans toute la mesure du possible :

- a) Réservera des locaux appropriés pour le bureau de l'UNICEF, qui les occupera seul ou les partagera avec d'autres organismes des Nations Unies ;
- b) Prendra à sa charge les frais postaux et de télécommunications engagés à titre officiel ;
- c) Prendra à sa charge les dépenses locales telles que les dépenses de matériel, d'installation d'éléments fixes et d'entretien des locaux du bureau ;

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

d) Fournira des moyens de transport aux fonctionnaires de l'Unicef, experts en mission et personnes assurant des services pour le compte de l'Unicef dans l'exercice des fonctions qu'ils assurent dans le pays en leur qualité officielle.

2. Le gouvernement aidera aussi l'Unicef :

a) A trouver ou assurer des logements convenables aux fonctionnaires de l'Unicef, experts en mission et personnes assurant des services pour le compte de l'Unicef qui sont recrutés sur le plan international ;

b) A doter les locaux de l'Unicef des installations nécessaires pour bénéficier de services publics tels qu'approvisionnement en eau et en électricité, évacuation des eaux usées, protection contre les incendies et autres services, et à obtenir ces services.

3. S'il n'y a pas de bureau de l'Unicef dans le pays, le gouvernement s'engage à contribuer aux dépenses afférentes au maintien du bureau régional ou de zone établi ailleurs par l'Unicef et à partir duquel il épaulé les programmes de coopération dans le pays, jusqu'à concurrence d'un montant arrêté d'un commun accord et compte tenu des éventuelles contributions en nature.

CONCLUSION

Notre travail a porté sur les outils de communication interne de l'Unicef. Cas de bulletin d'information de l'Unicef.

Pour mener cette étude nous avons posé notre question de recherche de la manière suivante : comment une organisation du système des Nations-Unies s'emploie-t-elle à renforcer le sentiment d'appartenance à une même institution, et à instaurer un climat d'harmonie à travers ses publications en général et ses bulletins en particulier? A cette question nous avons répondu en guise d'hypothèse que toute organisation qui vise la mobilisation des ressources humaines afin d'atteindre les objectifs assignés devrait utiliser des outils de communication interne qui tiennent compte de sa vision et les missions assignés.

Pour vérifier cette hypothèse nous nous sommes entretenus avec le chargé de la communication de l'Unicef.

Après analyse et description des éléments à notre possession, nous sommes arrivés à la conclusion que le bulletin d'information de l'Unicef, publie les informations en rapport avec les activités organisées en son sein, les différentes promotions et offres.

Notre recherche est divisée en trois chapitres. Le premier a porté sur le cadre conceptuel, le deuxième a présenté l'Unicef et le troisième sur les résultats de l'étude.

Eu égard de tout ce qui précède nous suggérons ce qui suit l'Unicef :

- De continuer avec les différentes publications,
- De multiplier les outils de communication pouvant faciliter la cohésion au sein de l'organisation,
- Augmenter le nombre des agents pour faciliter le travail au sein de l'organisation.

BIBLIOGRAPHIE

I. Encyclopédie

Encyclopédie, *universel*, Paris, Larousse, 2001.

II. OUVRAGES

1. BONNEVILLE, S., et les autres, *Introductions aux méthodes de recherche en communication*, Paris, Chanelière, 2000.
2. DONJEAN, C., *La communication interne*, Liège, Ed. Pro, 2006.
3. PIERRE, Z, *communication publique*, Paris, Que-sais-je ?, 1995.
4. WESTPHALEN, *Communication*, Paris, Dunod, 2010.

III. Notes de cours

1. MBELOLO YA MPIKU, *Expression orale et écrite*, cours inédit, 1^{er} Graduat, IFASIC, Kinshasa, 2010.

IV. TFC

1. ABAYA, KOMBE, S., *La communication interne d'une organisation cas de la Fondation M'zee Laurent DésiréKabila*, TFC inédit, Kinshasa, IFASIC, 2009.
2. KISIMBA MATONDO, P., *La communication interne de la RAWBANK*, TFC, Kinshasa, IFASIC, 2009.

TABLE DE MATIERES

DEDICACE.....	I
REMERCIEMENTS.....	II
INTRODUCTION	1
0.1. Problématique	1
0.2. Hypothèse de l'étude	3
0.3. Intérêt du sujet.....	3
0.4. Méthodes et techniques	4
0.5. Délimitation spatio-temporelle	4
0.6. Division du travail	5
CHAPITRE I : CADRE CONCEPTUEL ET THEORIQUE	6
Section I : Définition des concepts	6
I.1. Communication	6
I.1.1. Définition etymologique	6
I.1.1. Communication et Processus de Groupe.	7
I.3. Les Fonctions exercées dans les groupes	8
I.4. Les phénomènes de groupe.....	8
I.4.1. Styles de leadership de groupe	9
I.4.2. La cohésion dans les groupes	10
I.5. Elément de la communication.....	11
I.5.1. Les acteurs de la communication	11
I.5.2. Les facteurs de la communication	11
I.6. Le schéma de communication.....	13
I.2. Communication interne.....	14
I.2.1. Définition.....	14

TFC écrit par PEZO DIMBA VANIA

I.2.2. Les fonctions de la communication interne	15
I.2.3. Les objectifs de la communication interne	16
CHAPITRE II : PRESENTATION DE L'UNICEF CONGO	18
II.2. Présentation de l'Unicef	18
II.2.1. Localisation.....	18
II.2.2. Aperçu historique	18
II.2.3. Mandat et objectifs	21
II.2.4. Organisation et fonctionnement.....	22
II.2.4.1. Organisation	22
II.4.2. Fonctionnement	24
II.5. financement	25
II.6. Les progrès et défis à relever par l'Unicef	27
CHAPITRE III : RESULTATS DE L'ETUDE.....	29
Section I : Protocole méthodologique	30
Section II : Présentation des résultats	31
II.1. Cellule de communication.....	32
II.1.1. Organisation de la communication	32
II.1.2. Place et mission de la structure chargée de la communication interne.....	32
II.2. Moyens de communication utilisés.....	34
II.3. Le Bulletin de l'Unicef	35
- Contenu article :.....	36
2. Expérience : Appui à l'Unicef pour sauver des enfants en République démocratique du Congo	37
A. article du Bureau de l'Unicef	38
B. article sur le Personnel affecté au bureau de l'Unicef	38
C. Article sur la contribution du gouvernement.....	39
2. Le gouvernement aidera aussi l'Unicef :	40

CONCLUSION	41
BIBLIOGRAPHIE	42
TABLE DE MATIERES	43