



Organisation  
des Nations Unies  
pour l'éducation,  
la science et la culture

Secteur des  
Relations extérieures et  
de l'Information du public  
Division de l'Information du public

# Directives pour les publications de l'UNESCO

Version en cours  
de révision

# Sommaire

<b>Introduction</b>	<b>4</b>
Chapitre 1	
<b>Planification et gestion des projets</b>	<b>6</b>
1.1 Pourquoi vous lancez-vous dans ce projet ?	11
1.2 Qui seront les bénéficiaires ?	13
1.3 En quoi consiste votre projet ?	15
1.4 Les partenariats	16
1.5 Ressources et budget	18
Chapitre 2	
<b>Préparation des contenus</b>	<b>20</b>
2.1 Sélection des auteurs	25
2.2 Information et gestion des auteurs	26
2.3 Photographies, illustrations et cartes	29
2.4 Édition du contenu	32
2.5 Examen par les pairs	34
2.6 Constitution et gestion d'un comité de rédaction	36
2.7 Avant-propos et préfaces	38
2.8 Attribution d'un numéro (ISBN ou ISSN)	39
Chapitre 3	
<b>Production</b>	<b>40</b>
3.1 Préparation du manuscrit pour l'impression	46
3.2 Conception graphique	48
3.3 Composition	49
3.4 Correction des épreuves	50
3.5 Création de l'index	52
3.6 Mentions préliminaires obligatoires	54
3.7 Impression	55
Chapitre 4	
<b>Catalogage et archivage</b>	<b>56</b>
4.1 Catalogage et classification	60
4.2 Archivage	62

Chapitre 5	
<b>Promotion et visibilité</b>	<b>64</b>
5.1 La stratégie de promotion	68
5.2 Élaboration des matériels promotionnels	69
5.3 Faire connaître la publication	70
Chapitre 6	
<b>Diffusion et gestion des stocks</b>	<b>73</b>
6.1 Mode de diffusion et coûts	78
6.2 Où vont les publications ?	79
6.3 Comment sont livrées les publications ?	80
Chapitre 7	
<b>Évaluer l'impact</b>	<b>82</b>
7.1 Indicateurs et impact	86
7.2 Types d'indicateurs et moyens de vérification	87
Appendice 1	
Les catégories de matériels d'information de l'UNESCO	90
Appendice 2	
Liste de vérification pour les publications	98
Appendice 3	
Modèle de page portant le copyright	103
Appendice 4	
Modèle de budget	104
Appendice 5	
Comment remplir le formulaire de contrat d'auteur	105
Appendice 6	
Modèle de cahier des charges pour les contractants	108
Appendice 7	
Liste de photobanques	109
Appendice 8	
Distribution gratuite statutaire	112
Appendice 9	
Modèle d'enquête par sondage auprès des lecteurs	113
Appendice 10	
Objectifs concernant les versions linguistiques pour chaque catégorie de publication	115

# Introduction

Les publications de l'UNESCO sont pour une grande partie du public le principal contact avec les activités de l'Organisation. Elles sont la vitrine de l'UNESCO, et un moyen essentiel pour celle-ci de réaliser ses objectifs.

Pour assurer des publications de grande qualité et une politique de publication cohérente, l'UNESCO s'emploie à normaliser ses procédures. Les présentes directives ont été conçues dans le cadre de ce processus de réforme comme un manuel à l'usage du personnel de l'Organisation. Ce manuel explique ce qu'est une publication de l'UNESCO, comment planifier un projet de publication et quelle est la meilleure manière de mener à bien la production. Il ne s'agit toutefois pas d'un guide de rédaction, pour lequel on est prié de se reporter au UNESCO Style Manual.

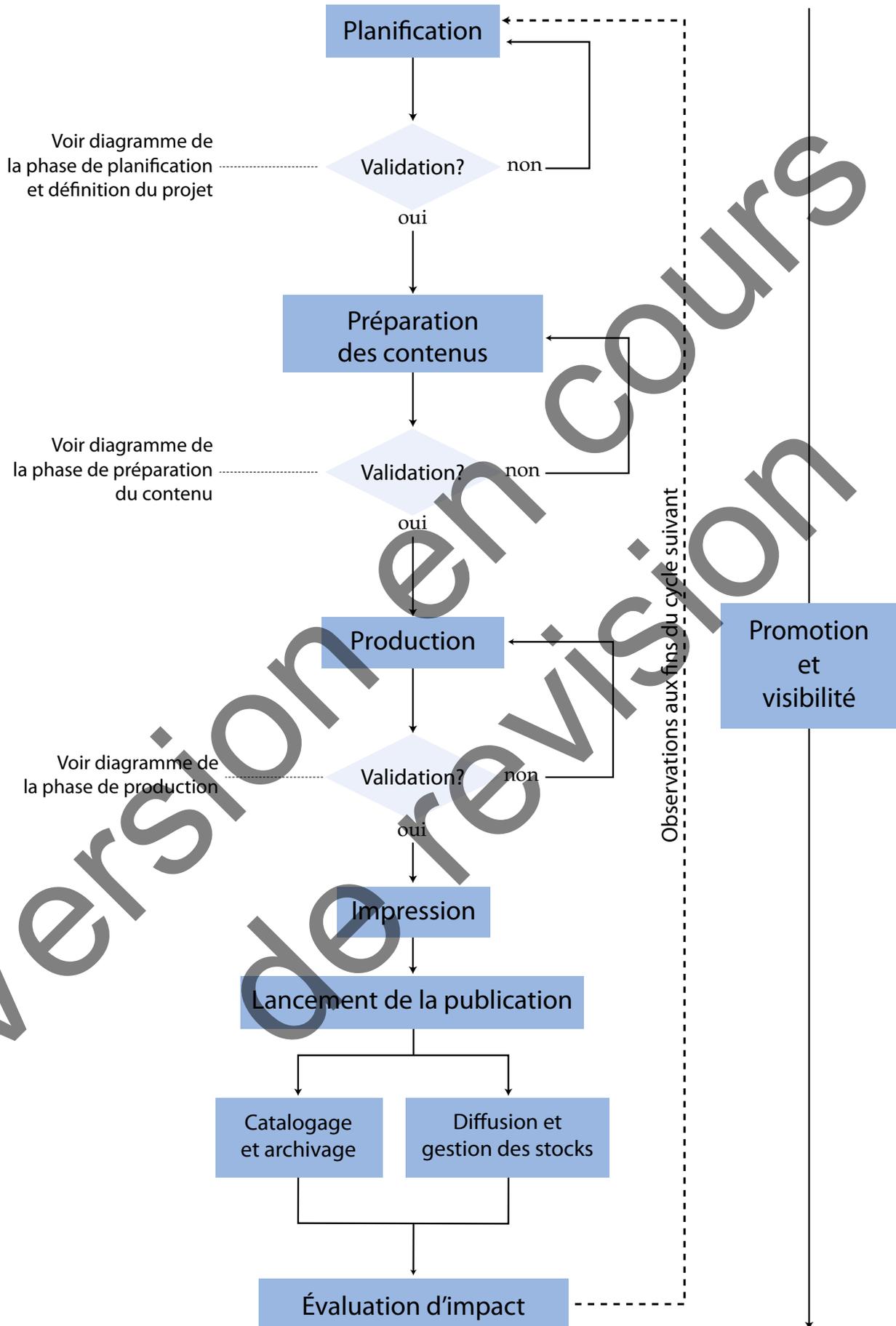
Les directives s'adressent à tous les membres du personnel dont le travail touche aux publications, mais plus particulièrement aux spécialistes du programme responsables de projets de publication.

Elles s'inscrivent dans un projet plus général couvrant l'ensemble des matériels d'information de l'UNESCO. À cet égard, BPI diffusera aussi des principes directeurs concernant d'autres types de matériels d'information, tels que les contenus Web et les matériels publiés à des fins de communication.

Vous n'avez pas nécessairement besoin de lire le présent manuel de la première page jusqu'à la dernière. Vous pouvez certes le faire, mais vous l'utiliserez aussi avec profit comme un outil de référence pratique à consulter ponctuellement sur tel ou tel aspect des activités de publication de l'UNESCO.

Nous nous sommes efforcés d'être exhaustifs, mais il se peut que vous ne trouviez pas la réponse à certaines des questions que vous vous posez. N'hésitez pas à nous contacter pour nous faire part de vos questions ou suggestions à l'adresse suivante : [i.denison@unesco.org](mailto:i.denison@unesco.org)

## Cycle du projet de publication



## Planification et gestion des projets

Vous souhaitez créer une publication. Mais celle-ci répond-elle à un besoin réel ? Sera-t-elle lue par les personnes à qui elle est destinée ? Disposez-vous des ressources nécessaires pour concrétiser votre projet ?

Les publications de l'UNESCO reflètent les priorités du programme de l'Organisation et font partie intégrante du cycle de ce programme.

Le plan de travail de chaque secteur énumère toutes les publications qu'il est prévu de produire. Ces publications sont ensuite incluses dans le Plan de publication et de diffusion biennal du secteur, validé par les directeurs et l'ADG, puis transmis au Comité de coordination de l'information du public (CCIP) pour confirmation et suivi.

Même si chaque publication fait partie intégrante d'un cycle de projet plus général, elle constitue en elle-même un projet complet, avec son cycle, ses exigences et ses points de contrôle propres, ainsi que sa part de contraintes. La planification d'une publication est tout aussi importante que le texte qu'elle contiendra.

Le cycle de publication comprend quatre grandes phases :

1. Planification et définition du projet.
2. Préparation des contenus.
3. Production et diffusion.
4. Évaluation d'impact.

Le présent chapitre traite de la phase de planification de la publication et de la définition du projet, dont dépendront toutes les phases ultérieures.

Parallèlement à l'élaboration de la publication elle-même, il convient de penser, dès le départ, à sa promotion et à sa visibilité, que les présents principes directeurs traitent séparément.

## Liste de vérification

# Phase de planification et de définition du projet

1. **Titre** proposé pour la publication.
2. Nom de la **série**, le cas échéant, et du volume de la série.
3. Nom de l'**auteur** et/ou du **directeur de publication** du volume (s'il est connu).
4. S'agit-il d'une **première édition**, d'une **mise à jour (réédition)** ou d'une simple **réimpression** ? Indiquez l'année de publication, l'éditeur, le numéro ISBN (le cas échéant) et les noms du directeur de publication et/ou de l'auteur ou des auteurs des éditions antérieures.
5. **Langues** :
  - a. Quelle est la langue de publication ?
  - b. S'agit-il d'une traduction ? Si oui, quelle est la langue de l'original ? Indiquez toutes les autres versions linguistiques existantes.
  - c. Indiquez toutes les autres versions linguistiques qui sont prévues.
6. **Objectifs**, indiquez
  - a. les objectifs généraux ;
  - b. les objectifs du programme ;
  - c. les objectifs en matière de communication ;
  - d. les besoins des lecteurs.

Précisez les thèmes de l'UNESCO, ses priorités de programme, le grand programme correspondant dans le C/5 et l'activité spécifique du secteur, y compris le paragraphe ET son numéro. Par exemple : Axe d'action 2 : paragraphe 01018.
7. **Valeur ajoutée** : En un paragraphe, comparez la publication proposée aux autres publications existantes qui traitent du même sujet et s'adressent à un même public (si la publication est une monographie spécialisée, il n'y a pas lieu de la comparer à un ouvrage de vulgarisation sur le même thème). Expliquez les similitudes et les différences sur le plan du traitement du sujet, de l'organisation de l'ouvrage, du niveau de langue et du style. En quoi la publication projetée enrichira-t-elle le débat ?
8. **Public visé**, nature et taille :
  - a. Quels sont
    - i. la cible principale de la publication ?
    - ii. ses cibles secondaires ?
    - iii. les autres publics qu'elle pourrait intéresser ?
  - b. Où se situent-ils ? Quelle(s) langue(s) parlent-ils ?
9. **Type de publication** : Indiquez le type et le support (voir Appendice 1).
10. **Résumé de la publication** : Décrivez, en 200 mots environ, le contenu, la structure, l'approche et la longueur approximative de la publication.
11. S'agit-il d'un **ouvrage original et publié pour la première fois** ? Dans le cas contraire, indiquez la nature du rapport existant entre le manuscrit et l'ouvrage antérieur sur lequel il repose.

12. **Plan de diffusion, de promotion et de suivi :**
  - a. Stratégie de diffusion : comment prévoyez-vous de toucher le public visé ?
  - b. Tirage : combien d'exemplaires pour diffusion immédiate et combien en stock ?
  - c. La publication sera-t-elle diffusée par voie électronique ?
  - d. Qui sera chargé de la diffusion de la publication ?
  - e. Quelle est votre stratégie de promotion ?
13. **Contrôle et évaluation d'impact :**
  - a. Quel est le résultat escompté de la publication ?
  - b. Précisez les indicateurs d'impact et les valeurs de référence sélectionnés.
  - c. Indiquez les moyens de vérification prévus.
14. **Ressources requises :**
  - a. Quel est le budget global qu'il est proposé d'affecter au projet ?
  - b. Quels sont vos besoins en ressources humaines (membres du personnel et collaborateurs extérieurs) ?
15. **Partenaires :**
  - a. Précisez les éventuels partenaires associés au projet, et joignez une copie de tous accords pertinents.
16. **Calendrier et échéances :**
  - a. Date prévue pour l'achèvement d'une version préliminaire aux fins de son examen par des personnes extérieures.
  - b. Date prévue pour l'achèvement complet du manuscrit (et indication de toutes les difficultés qui pourraient le retarder).
  - c. Date prévue pour la publication.
  - d. Est-il prévu de marquer le lancement de la publication par une manifestation et, si oui, celle-ci figure-t-elle déjà dans le Plan de communication de l'UNESCO ?

## **Qui fait quoi ?**

### ***Le spécialiste du programme***

- Lancement du projet de publication dans le cadre de la mise en œuvre du programme.
- Élaboration du projet (y compris budget) et présentation de la liste de vérification de la publication dûment complétée au responsable des publications, pour validation.

### ***Le responsable des publications***

- Validation – ou révision – de la liste de vérification de la publication et saisie de ces renseignements dans la base de donnée du Plan de publication et de diffusion.

### ***L'attaché d'administration***

- Confirmation de la disponibilité des fonds.

### ***Le Directeur de la Division***

- Validation – ou révision – du projet validé et saisi dans la base de données par le responsable des publications.

### ***ADG***

- Validation du Plan de publication et de diffusion.

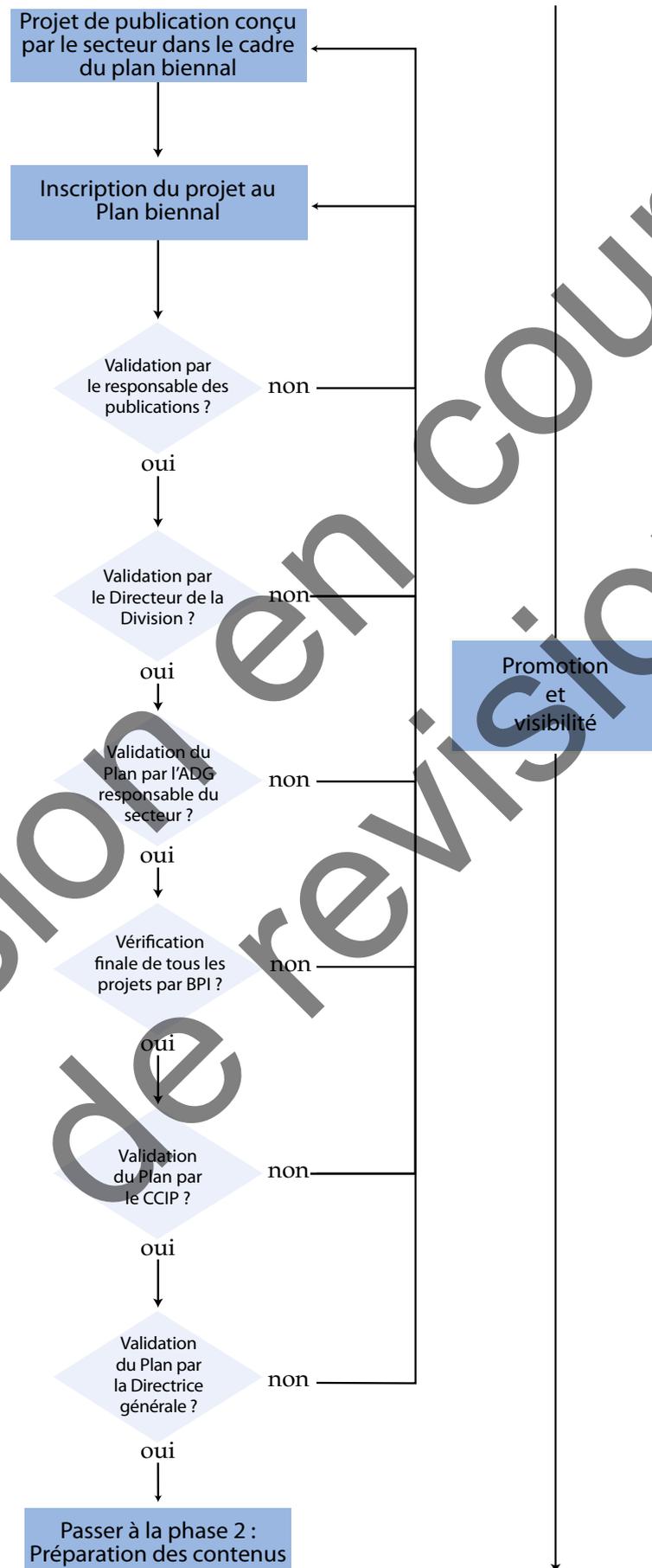
### ***BPI***

- Vérification finale du projet saisi dans la base de données.

### ***CCIP***

- Validation du Plan et transmission à la Directrice générale pour approbation.

## Phase de planification et de définition du projet



## 1.1 Pourquoi vous lancez-vous dans ce projet ?

Vos objectifs doivent être clairs et réalisables.

Les publications de l'UNESCO peuvent avoir pour objet d'appeler l'attention sur des projets, de rassembler les rapports d'une conférence ou de présenter une synthèse de certaines recherches. Elles sont souvent le résultat ou le produit final d'un projet, d'un programme ou d'une réunion. Mais n'oubliez pas que vouloir avoir quelque chose à présenter n'est pas une raison suffisante pour lancer une publication !

Au moment de planifier la publication, vous devez être à même de répondre à ces trois questions :

1. Pourquoi publier ? (objectifs)
2. Pour qui publier ? (public visé)
3. Que publier ? (contenu)

Bien que ces questions doivent être considérées ensemble, nous allons les examiner séparément pour plus de clarté. La présente section traite de la première d'entre elles.

Ne perdez pas de vue à ce stade le contexte général. Les projets de publication doivent refléter les objectifs et les domaines d'activité de l'ensemble de l'Organisation.

Veillez à articuler clairement les objectifs globaux du programme qu'il s'agit de mettre en œuvre et ceux de votre publication. Au moment de déterminer les objectifs globaux du programme, vous vous êtes reporté au C/4 et au C/5. Vous devez faire de même pour vos publications.

Prenez le temps de réfléchir à l'intérêt que la publication présente pour le public visé, et assurez-vous qu'elle ne fait pas double emploi avec un travail déjà existant.

### Existe-t-il déjà un document similaire ?

Avant de lancer votre projet, procédez à quelques vérifications. Un travail similaire a-t-il déjà été accompli à l'UNESCO ou ailleurs ? Un ouvrage rédigé par des auteurs reconnus a-t-il déjà été réalisé sur le même sujet ? Existe-t-il des publications similaires ? Posez-vous la question : *Quelle valeur additionnelle ce projet apporte-t-il ? En quoi est-il original ?* En général, l'originalité réside dans le contenu, mais dans certains cas, c'est la présentation de ce contenu (par exemple adaptation pour le grand public) qui apporte une valeur ajoutée.

Tous les projets ne méritent – ou ne nécessitent – pas une publication. Examinez les diverses options qui s'offrent à vous pour réaliser vos objectifs. Il serait peut-être préférable de créer une communauté de pratique, et/ou d'organiser des forums de discussion et des ateliers. Si vous optez néanmoins pour une publication, décidez du support qui vous permettra le mieux de toucher le public visé.

Pour définir des objectifs, il est bon de raisonner à quatre niveaux :

- **Objectifs stratégiques** : ce sont les objectifs globaux du projet, tels qu'ils figurent dans le C/5. Par exemple, l'axe d'action 1 du Secteur des sciences sociales et humaines s'intitule : *promotion de l'éthique des sciences et des technologies, l'accent étant mis sur la bioéthique.*
- **Objectifs du programme** : ce sont des objectifs programmatiques plus spécifiques. Par exemple, renforcer la capacité des enseignants d'appliquer les programmes de prévention du VIH dans les écoles.
- **Objectifs de communication** : c'est l'utilisation que vous souhaitez que le public visé fasse de votre publication. Par exemple, s'instruire, sensibiliser l'opinion, éduquer, prendre des décisions éclairées...
- **Objectifs des utilisateurs** : c'est ce que le public visé attend de la publication. Par exemple, les fonctionnaires d'un ministère souhaitent peut-être disposer de matériels d'auto-apprentissage et de télé-enseignement adaptés à leur emploi du temps chargé pour se perfectionner sur le plan professionnel.

### Exemple d'une publication et de ses objectifs

Une publication sur la gestion des conflits liés à l'eau est récemment sortie des presses. Voici comment cette publication répond aux objectifs susmentionnés.

#### **Objectifs stratégiques :**

Utiliser les outils issus de la science et de la technologie pour contribuer à l'élimination de la pauvreté, au développement durable... ainsi qu'à la consolidation de la paix...

#### **Objectifs du programme :**

Promouvoir la formulation de politiques, le renforcement des capacités techniques, la recherche, la constitution de réseaux, l'éducation et la coopération internationale dans les domaines de l'eau, de l'écologie et des sciences de la terre en vue d'améliorer les initiatives sociales...

#### **Objectifs de communication :**

Les décideurs, les fonctionnaires et les chercheurs peuvent utiliser cette publication comme un guide pour l'élaboration de politiques et de systèmes visant à gérer les luttes de pouvoir en rapport avec l'eau dans certaines régions.

#### **Objectifs des utilisateurs :**

Les utilisateurs disposeront d'informations actualisées et d'une lecture aisée sur la question des conflits liés à l'eau et sauront mieux quelles sont les mesures qu'il est possible de prendre pour réduire ces tensions et ces conflits.

N'oubliez pas : si vous n'avez pas des objectifs clairs, abandonnez le projet !

### Pensez-y : évaluer l'impact !

Pour être à même de déterminer si vous avez atteint vos objectifs, il importe que vous définissiez dès à présent les résultats escomptés, les indicateurs de performance, les valeurs de référence et les moyens de vérification. Tenez compte des besoins en ressources financières et humaines. Reportez-vous au chapitre 7 pour plus d'informations sur les indicateurs et l'impact.

## 1.2 Qui seront les bénéficiaires ?

Déterminez quel est le public que vous visez. N'oubliez pas : c'est à lui, et non à vous, que la publication est destinée !

Avoir une idée claire du public visé vous guidera dans les choix que vous devrez faire concernant la production de la publication. Voici quelques règles élémentaires :

- **Savoir quels sont les groupes visés :**
  - À qui voulez-vous vous adresser - les jeunes, par exemple, ou les fonctionnaires d'un ministère, les décideurs, les éducateurs, les scientifiques, les journalistes ?
  - Où se trouvent-ils ?
  - Quelle(s) langue(s) parlent-ils ?
- **Savoir quels sont leurs souhaits :** Vous savez peut-être qui ils sont, mais savez-vous ce qu'ils veulent ? Comment adapter la publication pour qu'elle réponde le mieux à leurs besoins ?
- **Savoir quelle utilisation les groupes visés feront de la publication :** Ont-ils besoin d'une formation ? Ou de connaître les dernières avancées de la recherche sur une question particulière, comme l'aide à la formulation de politiques ?

### Les versions linguistiques

Connaître le public visé vous permettra de décider des versions linguistiques qui conviennent. Vous devrez tenir compte de votre cible principale, mais aussi des cibles secondaires, de l'existence ou non de possibilités de diffusion adéquates pour la ou les langues choisies, et de la capacité de telle ou telle version linguistique de servir de vecteurs pour des traductions dans d'autres langues. Tout texte susceptible d'être traduit en de nombreuses langues doit être disponible en version anglaise.

Sur cette base, l'UNESCO a défini des objectifs minimaux concernant les versions linguistiques pour chaque catégorie de publications (voir tableau complet à l'Appendice 10) :

- dans les six langues officielles : rapports mondiaux ;
- en anglais et/ou en français plus une autre langue : ouvrages généraux et historiques, monographies, rapports statistiques, atlas, revues, revues savantes ;
- en anglais et/ou en français : bibliographies, annuaires, bulletins et lettres d'information ;
- dans une des langues officielles plus une autre langue : principes directeurs, manuels, trousseaux à outils, matériels pédagogiques ;
- dans une seule langue : actes, dictionnaires, glossaires, thésaurus.

### Méfiez-vous des idées toutes faites

On croit souvent savoir quels types de publication conviennent le mieux à tel ou tel groupe cible. Il est par exemple de fait qu'un décideur n'a pas le temps de lire une étude de 75 pages sur l'impact d'un cours de formation des enseignants sur la Thaïlande rurale, et qu'une note d'orientation sera mieux adaptée à ses besoins. On peut supposer qu'un spécialiste des programmes travaillant dans une ONG africaine locale aura plutôt besoin d'une monographie ou d'un rapport technique.

Pourtant, en discutant avec ces spécialistes, on découvre parfois qu'ils ont d'autres priorités. Il peut être utile, dans le cadre du projet, de faire quelques recherches ou d'organiser des discussions avec les groupes cibles. Il en ressortira peut-être que la meilleure solution est de produire un DVD, ou bien de créer un centre d'échange d'informations sur le Web. Comprendre les exigences, les intérêts et les besoins en perpétuelle évolution du public visé vous aidera à justifier de l'utilité de votre projet et à déterminer la solution adaptée.

Les catégories de groupes cibles auxquelles s'adressent les activités de l'UNESCO sont généralement les suivantes :

- Délégations permanentes/commissions nationales.
- Réseaux UNESCO (Chaires, Écoles associées, Clubs, comités nationaux, etc.).
- Agents du développement (organisations intergouvernementales, système des Nations Unies, etc.).
- Décideurs (ministères, parlementaires, collectivités locales, etc.).
- Société civile (particuliers, organisations non gouvernementales, entreprises).
- Scientifiques/chercheurs/universitaires.
- Éducateurs/enseignants/formateurs.
- Jeunes/écoliers/étudiants.
- Médias de grande diffusion.
- Médias spécialisés.

### **Pensez-y : la promotion !**

Établissez les listes d'adresses pour l'envoi des matériels promotionnels en même temps que vous définissez les groupes cibles. Voir le chapitre 5.

Version en cours  
de révision

## 1.3 En quoi consiste votre projet ?

### Outils et documents pertinents :

- Appendice 1 : Catégories de matériels d'information de l'UNESCO

Une fois vos objectifs définis, vous devriez avoir une idée plus claire du produit requis.

Vous devriez, à ce stade, être en mesure de décrire votre projet. Allez-vous vraiment produire une publication, plutôt qu'un autre type de matériel d'information ? Même si bon nombre des explications contenues dans ce guide s'appliquent également à la préparation des documents et des matériels conçus à des fins de communication, il ne traite pas des aspects spécifiques de ces catégories (voir la définition des différentes catégories à l'Appendice 1).

On entend par publications de l'UNESCO des études de fond destinées à un public extérieur, ce qui justifie l'attribution d'un numéro ISBN. Si votre projet ne porte pas sur des aspects de fond et/ou ne s'adresse pas à des lecteurs extérieurs, ce n'est pas une publication selon les critères de l'UNESCO.

Une fois que vous êtes certain que vous avez vraiment besoin de produire une publication, vous devez être capable de la décrire. Complétez les points pertinents de la liste de vérification des publications.

Les principaux descripteurs à ce stade sont les suivants :

- **Objectifs** : Quel est l'objet de la publication ? Pourquoi est-elle utile et nécessaire ?
- **Valeur ajoutée** : Aperçu de la littérature sur le sujet, démontrant en quoi le projet enrichit le débat.
- **Public visé** : Quels lecteurs souhaitez-vous toucher ?
- **Type de publication** : Quel type de publication allez-vous produire (monographie, rapport statistique...) ? Sur quel support (électronique, imprimé...) ?
- **Résumé** : Décrivez le contenu, l'organisation et l'approche de la publication et indiquez sa longueur approximative.
- **Diffusion** : Comment prévoyez-vous de diffuser la publication ?
- **Promotion** : Comment allez-vous en faire la promotion ?
- **Impact** : Comment mesurerez-vous son impact (indicateurs, valeurs de référence, moyens de vérification...) ?

## 1.4 Les partenariats

Avant de conclure un partenariat, examinez les avantages et inconvénients possibles.

Il existe parfois des possibilités de coédition. Dans l'idéal, elles se présentent au moment de la planification. Les négociations avec d'éventuels partenaires demandent du temps et peuvent retarder la production si elles sont engagées à un stade trop tardif du cycle de publication. Toutes les discussions et négociations doivent être menées en collaboration avec BPI.

Avant tout, vous devez savoir que tout accord de coédition se négocie avec un éditeur dont les réseaux de vente couvrent en général une – ou le plus souvent plusieurs – zone(s) géographique(s) correspondant à la version linguistique concernée. Il n'existe probablement pas d'éditeur international capable de publier un ouvrage en partenariat avec l'UNESCO dans un grand nombre de pays et dans différentes langues à la fois. Il faut donc généralement trouver un éditeur partenaire pour chacune des versions linguistiques. BPI/OPP/PUB négocie tous les accords de coédition, compte tenu des difficultés que cela peut soulever en ce qui concerne le droit d'auteur, les droits de diffusion et les autres obligations juridiques.

### Choisissez les coéditeurs avec soin

- Le partenaire est-il bien positionné dans le domaine dont relève le sujet de votre publication ?
- Peut-on compter qu'il distribuera la publication d'une manière qui complète les efforts propres de l'Organisation et qui accroisse la visibilité de l'UNESCO ?
- Est-il capable d'assumer la responsabilité d'une part des opérations de production ?
- Demande-t-il un prix juste pour participer à l'entreprise ?
- Vous penserez peut-être que travailler avec un éditeur extérieur est moins coûteux et/ou plus rapide. Cela n'est pas nécessairement le cas et ce n'est pas une raison suffisante pour se lancer dans une coédition.

### Les avantages

- La publication bénéficie de l'image positive d'un éditeur réputé, solidement positionné dans le domaine pertinent.
- Elle pourra faire l'objet d'une diffusion plus large et plus vigoureuse, s'appuyant sur des techniques de marketing percutantes et des équipes de commerciaux faisant la tournée des librairies et des bibliothèques.
- Les coéditeurs prennent en charge une part des coûts, et les ventes peuvent représenter des gains substantiels.

### Les inconvénients

- Certains éditeurs ne participent pas aux activités de promotion ; ils ne contribuent qu'à la production.
- Un partenariat risque d'affaiblir la visibilité de l'UNESCO. Dans certains cas, les partenaires ont plus à gagner de l'accord de coédition que l'Organisation, du fait qu'ils utilisent leurs propres réseaux de vente, tout en tirant parti de l'image de l'UNESCO.
- Si votre stratégie de diffusion prévoit un grand nombre d'exemplaires gratuits, elle risque d'entrer en conflit avec celle du coéditeur.
- Les éditeurs préfèrent choisir les dates de lancement en fonction de leurs objectifs, et non des vôtres.
- Tout bénéfice devra être partagé avec les partenaires.

### **Publication en coédition d'une collection**

Ce type d'accord est en général le plus fructueux. Les deux partenaires s'engagent à long terme sur un programme de publication complet et cohérent.

#### **Coédition : à qui incombe la responsabilité d'établir un accord ?**

- Sur la base de consultations internes entre BPI et le secteur de programme concerné, BPI/OPP/PUB négocie avec les coéditeurs les points suivants :
  - cession des droits,
  - conditions,
  - couverture géographique,
  - responsabilités respectives,
  - tirage,
  - date de publication,
  - type de publication,
  - conception,
  - utilisation de l'emblème,
  - droit d'auteur et paiements,
  - prix de vente,
  - réimpression.
- Le secteur de programme ne doit pas engager de quelconques discussions avec un éditeur au sujet d'une publication en cours ou en projet sans consulter BPI.
- Les accords de coédition sont négociés et établis par BPI/OPP/PUB pour signature par BPI au nom de l'UNESCO avant d'être envoyés au coéditeur pour contre-signature. Il ne faut jamais utiliser les contrats types de l'éditeur.
- Le secteur de programme relit et vérifie le projet d'accord.
- L'accord n'est signé que si une réservation de fonds correspondante a été approuvée à la fois par BPI et par le secteur de programme compétent.

## 1.5 Ressources et budget

### Outils et documents pertinents

- Appendice 4 : Modèle de budget
- Estimations de CLD relatives à la production : <http://dms.hq.int.unesco.org/>

Le succès de tout projet de publication dépend d'une bonne planification en ce qui concerne les délais, les fonds et les ressources humaines.

À quelle date la publication doit-elle être prête ? Faut-il qu'elle soit lancée lors d'une manifestation particulière (voir les chapitres 5 et 6) ? Planifiez dès à présent les mesures à prendre pour tenir ces délais et calculez les coûts. Reportez-vous au présent guide pour vérifier les différents postes de dépense. Le responsable des publications vous aidera à établir le budget et le calendrier de travail. Prévoyez des réajustements du budget au fur et à mesure du déroulement du projet.

Il n'est généralement pas possible de décider à ce stade si la publication sera proposée à la vente ou distribuée gratuitement. Dans le premier cas, BPI peut prendre en charge de 30 à 70 % des coûts de production, en fonction de différents paramètres, tels que la participation d'autres partenaires. S'il est probable que la publication sera proposée à la vente, demandez à BPI/OPP/PUB de vous fournir une estimation des coûts de production.

Si vous prévoyez de la distribuer gratuitement, l'outil de CLD vous aidera à calculer certains coûts de production spécifiques.

Rappelez-vous, dans tous les cas, que les coûts liés à la préparation des contenus sont directement calculés (et pris en charge) par le secteur.

### Que doit prévoir votre budget ?

Planifiez à la fois les délais et les coûts correspondant aux étapes énumérées ci-après, ainsi que les heures de travail et dépenses de personnel afférentes à la gestion du projet.

Une fois le calendrier établi, assurez-vous à l'avance de la disponibilité des contractants à chacune des étapes.

- **Phase de préparation des contenus** (voir le chapitre 2)
  - Rédaction du manuscrit ou traduction d'un manuscrit déjà existant.
  - Révision du contenu du manuscrit et/ou remaniement ou révision d'une traduction.
  - Recherche iconographique.
  - Acquisition des droits pour le texte et les images.
- **Phase de production** (voir le chapitre 3)
  - Préparation du manuscrit pour l'impression.
  - Conception graphique.
  - Mise en page et saisie des corrections.
  - Correction des épreuves.
  - Création d'un index.
  - Impression et reliure.
- **Promotion et visibilité** (voir le chapitre 5)
  - Mise au point rédactionnelle (conception, rédaction des textes)
  - Conception graphique
  - Impression
  - Diffusion des matériels publicitaires (frais postaux, etc.)
  - Organisation des activités/manifestations de promotion

- **Diffusion et gestion des stocks** (voir le chapitre 6)
  - Coût des services de publipostage et de diffusion
  - Coûts de stockage
  - Impression à la demande
- **Évaluation de l'impact** (voir le chapitre 7)
  - Coût des outils de mesure d'impact retenus

Version en cours  
de révision

## Préparation des contenus

La préparation des contenus est l'étape la plus importante du cycle de publication. Voici pas à pas comment procéder.

Il importe de se conformer autant que possible aux procédures types afin que les publications de l'UNESCO demeurent toutes d'un très haut niveau de qualité.

Quel que soit le soin apporté à la mise en page, à la conception graphique et à la lecture des épreuves, il ne compensera pas la médiocrité du contenu. Les efforts de promotion de l'Organisation risquent même de nuire à sa réputation si le contenu laisse à désirer.

Un document de mauvaise qualité ne doit pas être publié, sous quelque forme que ce soit ! Bien entendu, chaque projet de publication est un cas particulier. Le présent chapitre est conçu pour s'appliquer à différents types de publication.

N'oubliez pas qu'il vaut mieux dans certains cas annuler une publication dont le contenu n'est pas satisfaisant.

Version en cours  
de révision

## Liste de vérification et demande d'attribution d'un numéro ISBN, partie 1

## Phase de la préparation des contenus

## Titre de la publication

1. Le budget a-t-il été alloué ?  oui  non Code : \_\_\_\_\_
2. Les auteur(s) et directeur(s) de publication (le cas échéant) ont-ils été sélectionnés ?  oui  non
  - a. Nom(s) (si pas déjà indiqué(s) lors de la phase 1) ? \_\_\_\_\_
  - b. Sont-ils des membres du personnel de l'UNESCO ?  oui  non  
Si oui, passer au point 6.
3. Le(s) contrat(s) ont-ils été établis, et validés par le responsable des publications et BPI ?  oui  non
4. Ont-ils été signés par l'auteur ou les auteurs ?  oui  non  
Joindre une ou des copie(s) 
5. Le manuscrit et autres éléments ont-ils été soumis par l'auteur ou les auteurs et approuvés ?  oui  non
6. Photos, illustrations, cartes et autres éléments graphiques sont-ils réunis ?  oui  non
7. Les autorisations ont-elles été obtenues pour tous les matériels dont l'UNESCO ne détient pas les droits ?  oui  non  
Joindre la liste des matériels et les copies de toutes les autorisations. 
8. Le contenu a-t-il été édité ?  oui  non Nom de l'éditeur \_\_\_\_\_
9. La préface, l'avant-propos et/ou l'introduction ont-ils été rédigés et approuvés ?  oui  non
10. A-t-on procédé à une relecture interne ?  oui  non  
Décrire succinctement le processus et les résultats, et joindre un compte rendu. 
11. Le manuscrit a-t-il été examiné par des pairs ou un comité de rédaction ?  oui  non  
Décrire succinctement le processus et les résultats, et joindre un compte rendu. \_\_\_\_\_
12. Le responsable des publications a-t-il vérifié le bon respect des procédures et l'état complet du manuscrit ?  oui  non
13. La publication a-t-elle été validée par le Directeur de la Division ?  oui  non
14. BPI a-t-il évalué la viabilité commerciale de la publication ? \_\_\_\_\_
15. En cas de distribution gratuite, BPI a-t-il vérifié la conformité avec les procédures (aspects éditoriaux et droits) aux fins de l'attribution d'un numéro ISBN/ISSN ? \_\_\_\_\_
16. Une date de lancement est-elle prévue ? \_\_\_\_\_

## Votre interlocuteur pour la demande d'attribution d'un numéro ISBN

Fonctionnaire responsable : \_\_\_\_\_  
 Division/secteur/institut : \_\_\_\_\_  
 Courriel électronique : \_\_\_\_\_  
 Numéro de téléphone de bureau : \_\_\_\_\_

## Promotion

- Le descriptif a-t-il été rédigé ?  
 Les dépliants ont-ils été rédigés ?  
 Les matériels promotionnels pour le Web ont-ils été élaborés ?

## Qui fait quoi ?

### **Le spécialiste du programme**

- Établit le contrat de l'auteur.
- Gère le projet de publication.
- Édition du contenu :
  1. Vérifie auprès de l'attaché d'administration que le contrat est du type approprié et que les procédures sont respectées ;
  2. Choisit entre trois contractants potentiels, en justifiant son choix ;
  3. Établit un contrat et rédige le cahier des charges ;
  4. Valide le travail une fois celui-ci achevé et donne le feu vert pour le paiement.
- Contrôle de qualité :
  - S'assure que l'auteur et l'éditeur ont satisfait aux normes éditoriales de l'UNESCO ;
  - Vérifie que les autorisations relatives à tout matériel protégé par le droit d'auteur utilisé dans le manuscrit (citations, cartes, graphiques, photographies et tout autre matériel provenant d'une source extérieure) ont été obtenues.
- Procède aux formalités administratives requises pour le paiement de l'auteur si le travail est jugé satisfaisant,
- Valide le manuscrit achevé et le soumet au responsable des publications.

Pour plus de détails, voir l'Appendice 5 : Comment remplir la formule de contrat d'auteur, la section 2.2 « Information et gestion des auteurs » et la section 2.4 « Édition du contenu ».

### **Le responsable des publications**

- Donne son avis sur toutes les questions d'ordre éditorial et les procédures de publication.
- Aide à affiner le budget sommairement établi lors de la « phase de planification et définition du budget » (voir le chapitre 1).
- Vérifie la qualité rédactionnelle du manuscrit avant le lancement de la phase de production.
- Valide le contrat d'auteur.
- Valide le manuscrit achevé et le soumet au Directeur de la Division.
- Transmet le manuscrit à BPI pour évaluation de la viabilité commerciale et de la conformité aux critères en matière d'attribution d'un numéro ISBN, une fois qu'il a été validé par le Directeur de la Division (voir ci-dessus).

### **Le Directeur de la Division**

- Valide le choix de l'auteur.
- Lit au moins une fois la totalité du manuscrit.
- Valide l'attestation certifiant que le manuscrit est conforme aux critères requis, que tous les points potentiellement sensibles ont fait l'objet d'une vérification (si besoin est en consultation avec ERC), et que toutes les autorisations nécessaires ont été délivrées.

### **L'attaché d'administration**

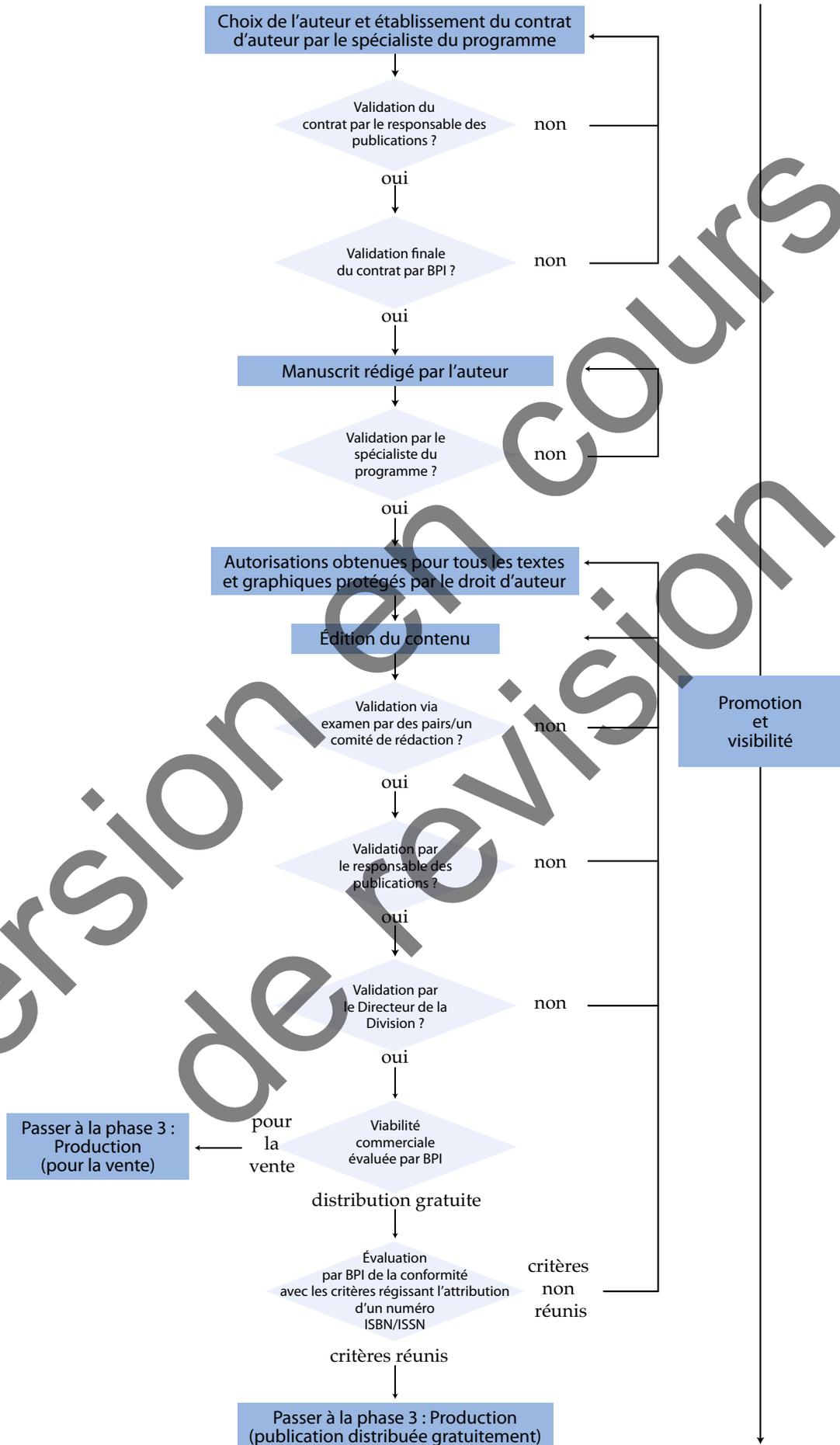
- Confirme que les fonds budgétaires sont disponibles.
- Valide les procédures administratives.

**BPI**

- Valide en dernier ressort le contrat d'auteur et les autorisations.
- Évalue la viabilité commerciale de la publication.
- Vérifie le bon respect des procédures de contrôle de qualité et l'attribution d'un numéro ISBN ou ISSN.
- Établit un budget estimatif couvrant les coûts de production et comprenant la contribution BPI, dans le cas d'une publication destinée à la vente.

Version en cours  
de révision

## Phase de préparation des contenus



## 2.1 Sélection des auteurs

### Outils et documents pertinents

- Fichier UNESCO de consultants : <http://www.unesco.org/roster/>

Les auteurs des publications de l'UNESCO, compétents et excellents rédacteurs, sont choisis parmi des spécialistes du monde entier.

Le choix d'un auteur obéit aux critères premiers ci-après :

- compétences de premier plan dans le domaine concerné ;
- excellente maîtrise de la langue et de l'écrit.

L'UNESCO veille aussi à ce que ses auteurs soient représentatifs de toutes les régions du monde. Cela n'est pas toujours aisé dans le cas d'une publication isolée, mais il convient de garder cette préoccupation à l'esprit.

N'hésitez pas à prendre conseil au moment de choisir un ou plusieurs auteurs ! Les avis de confrères, des commissions nationales, des ONG et autres organismes nationaux et internationaux peuvent être utiles.

Il convient dans certains cas de confier le travail à des auteurs plus jeunes et moins expérimentés, afin que le projet contribue au renforcement de leurs capacités. Il peut être alors bon de faire travailler ensemble un jeune chercheur et un spécialiste confirmé.

Vous souhaitez peut-être aussi vérifier si l'auteur pressenti sait communiquer avec les médias (voir le chapitre 5 : « Promotion et visibilité »), ce qui peut renforcer l'impact du projet.

Il est parfois justifié de faire appel à des auteurs avec lesquels on a déjà noué des relations de collaboration lors de précédentes publications. Toutefois, il importe également d'envisager d'autres auteurs qui pourraient être mieux qualifiés pour le projet.

## 2.2 Information et gestion des auteurs

### Outils et documents pertinents

- Appendice 5 : Comment remplir la formule de contrat d'auteur
- UNESCO Style Manual

Les auteurs ont besoin d'être guidés. Plus ils se sentiront encadrés, plus ils travailleront vite et bien, et moins vous rencontrerez de difficultés.

### Si l'auteur est extérieur à l'Organisation

L'auteur devra signer un contrat d'auteur, aux termes duquel il accepte de céder tous ses droits à l'UNESCO et d'assumer les obligations énoncées dans le contrat. L'Appendice 5 contient des instructions détaillées concernant la manière d'établir le contrat d'auteur.

Ce contrat est le seul document complet et approprié qui matérialise la cession à l'UNESCO des droits relatifs au travail fourni par l'auteur ou l'éditeur aux fins d'une publication. Il permet à l'UNESCO d'accorder des licences pour la publication de l'ouvrage dans d'autres langues, d'en autoriser la reproduction totale ou partielle, et par conséquent de toucher le public le plus large possible.

Il faut impérativement informer l'auteur de toutes ses obligations contractuelles. Appelez son attention sur les dispositions relatives au droit d'auteur, et sur le fait qu'il ne percevra pas de redevances. Le cahier des charges doit être aussi détaillé que possible de façon que le produit final soit conforme aux objectifs de la publication, y compris en ce qui concerne le respect des règles de rédaction énoncées dans le UNESCO Style Manual

Les contrats d'auteur doivent être visés par le responsable des publications et par BPI/OPP/PUB, qui en vérifient le contenu. Le Directeur de la Division et l'attaché d'administration approuvent le budget. Une fois le contrat signé, donnez-en des copies au responsable des publications et à BPI/OPP/PUB.

- Il faut obligatoirement utiliser un contrat d'auteur à l'exclusion de tout autre type de contrat, tel qu'un contrat d'honoraires ! Vous éviterez ainsi d'avoir à répondre plus tard à des questions délicates sur les droits d'auteur. Si vous avez le moindre doute, consultez votre responsable des publications.
- Une fois que le projet de contrat a été approuvé par BPI, ne lui apportez plus aucune modification !

Maintenez des contacts réguliers avec l'auteur, pour répondre à toute question qu'il souhaiterait vous poser et, le cas échéant, pour vérifier les parties déjà rédigées du projet de manuscrit. Des contacts réguliers, directs ou par courrier réduisent en outre le risque de retards imprévus.

### Pensez-y : établissement d'un index !

Au moment de donner vos instructions à l'auteur, demandez-lui de dresser la liste des mots clés qui figureront dans l'index de l'ouvrage. Voir le chapitre 3 : « Production », pour de plus amples informations sur l'établissement de l'index.

### **Si l'auteur appartient à l'Organisation**

Le cahier des charges doit être clairement établi, même si l'auteur est un membre du personnel. Avant tout, il importe alors que le temps nécessaire à la rédaction du manuscrit soit comptabilisé dans sa charge de travail.

### **Paternité de l'œuvre et autres crédits**

#### **Qu'entend-on par auteur ?**

Est considérée comme un auteur toute personne qui crée une œuvre originale fixée sous une forme tangible (en général un texte écrit). Aux fins des activités de publication de l'UNESCO, le terme désigne quiconque apporte une contribution majeure au contenu intellectuel d'une publication, et a joué un rôle de premier plan aux différentes étapes de la rédaction et/ou de l'édition du manuscrit. Toutes les personnes répondant à ces critères doivent figurer dans la liste des auteurs et toutes les personnes qui figurent dans cette liste doivent répondre à ces critères.

Un auteur qui signe une publication en revendique la paternité et assume la responsabilité du contenu intellectuel de l'ouvrage.

#### **Un directeur de publication est-il un auteur ?**

Un directeur de publication sélectionne des parties de l'œuvre d'un ou de plusieurs auteurs(s), les édite et les réorganise en vue de leur publication. Il en assume la responsabilité intellectuelle du contenu du manuscrit publié. Il est considéré comme un auteur et doit signer un contrat d'auteur. Le rédacteur en chef d'une revue ou d'un périodique remplit des fonctions similaires et doit, lui aussi, signer un contrat d'auteur.

#### **Quels types de publications sont considérés comme des œuvres individuelles ?**

Les articles de revues, monographies et études techniques sont considérés comme des œuvres individuelles. Les rapports mondiaux et les recueils de statistiques sont considérés comme des œuvres collectives. Toutefois les noms des personnes qui ont contribué à la rédaction de la publication peuvent être cités sur la page des mentions légales ou dans les « remerciements ». Dans certains cas, mention peut être faite des auteurs des différents chapitres de tels rapports, sur la page portant le titre du chapitre et dans la table des matières, mais non sur la couverture de la publication. En cas de doute à ce sujet, consultez votre responsable des publications.

**Tous les auteurs doivent signer un contrat d'auteur !**

#### **Comment citer les noms des auteurs et dans quel ordre ?**

Dans le cas d'ouvrages individuels, le(s) nom(s) du ou des auteurs(s) figure(nt) sur la couverture de la publication. Si un grand nombre d'auteurs ont collaboré à l'ouvrage, sous la supervision d'un directeur de publication, seul le nom de ce dernier est mentionné sur la couverture, de la façon suivante : Directeur de publication :...

L'ordre dans lequel apparaissent les noms des auteurs est décidé par le spécialiste du programme en concertation avec les intéressés : ordre alphabétique ou ordre d'importance décroissante des contributions.

#### **Les membres du personnel sont-ils autorisés à signer les publications rédigées par eux ?**

Oui, le nom d'un membre du personnel qui est l'auteur ou le directeur de publication d'un ouvrage, le rédacteur en chef d'un périodique ou l'auteur d'un article publié dans un périodique doit être mentionné.

**La contribution d'autres membres du personnel peut-elle être mentionnée ?**

À la demande de l'auteur ou du spécialiste du programme, il peut être fait mention de la contribution d'autres membres du personnel dans les « remerciements » si l'on considère que cette contribution sort des limites de leurs attributions professionnelles. Cela se fait rarement et nécessite l'accord du Directeur de la Division.

**Des unités du Programme peuvent-elles être mentionnées ?**

Oui, le rôle d'un département, d'une division ou de toute autre unité peut être mentionné dans les parties préliminaires d'une publication, avec l'accord du Directeur de la Division.

**Note à l'attention des membres du personnel qui souhaitent publier des écrits en dehors du cadre de l'UNESCO**

Pour publier en dehors du cadre de l'UNESCO, vous devez obtenir une autorisation officielle. Voir le point 2.5 C du Manuel des Ressources Humaines.

Version en cours  
de révision

## 2.3 Photographies, illustrations et cartes

### Outils et documents pertinents

- Banque d'images de l'UNESCO : <http://photobank.unesco.org/>
- Appendice 7 : Liste de photobanques
- Base de données cartographiques de l'ONU : [www.un.org/Depts/Cartographic/french/htmain.htm](http://www.un.org/Depts/Cartographic/french/htmain.htm)

La sélection de photographies, d'illustrations et de cartes est une opération complexe qui demande du temps.

### Photographies

Si vous publiez un ouvrage illustré de photographies, vous pouvez faire une recherche interne. Consultez la photobanque de l'UNESCO (<http://photobank.unesco.org/>) qui contient des images du monde entier sur tous les domaines d'activité de l'Organisation.

Adressez-vous aussi aux sources nationales, comme les commissions nationales, les délégations, les ambassades et les offices du tourisme.

Si vous ne trouvez pas facilement ce que vous cherchez, vous souhaitez peut-être charger un iconographe de :

- faire les recherches ;
- négocier les droits et les tarifs (fort de son expérience, de son influence et de ses nombreux contacts ;
- s'occuper des formalités avec les agences et les photographes indépendants ;
- d'assurer la mention des crédits et le suivi.

### Si vous faites appel à un iconographe

- Convenez :
  - des délais ;
  - de la rémunération de l'iconographe ;
  - du budget requis pour financer l'acquisition des photographies.
- Donnez à l'iconographe des instructions détaillées, y compris :
  - un résumé de la publication et toute information générale pertinente ;
  - la liste complète des photographies recherchées, en précisant leur format, leur place et leur rôle dans la publication ;
  - chaque fois que cela est possible, une liste des sources à utiliser.
- Établissez un calendrier de travail :
  - première réunion : instructions détaillées ;
  - l'iconographe rassemble un large choix d'images ;
  - deuxième réunion : sélection des photographies qui seront retenues et instructions concernant celles qui font encore défaut ;
  - établissement de la liste définitive des photographies ;
  - l'iconographe accomplit toutes les formalités requises pour acquérir les droits et assure le suivi en ce qui concerne les crédits et les autres directives de l'agence.

Vous déciderez peut-être d'acheter des photographies à une agence spécialisée. Avant de procéder à l'achat, assurez-vous que vous disposez d'un budget suffisant. Demandez l'avis du responsable des publications.

Il arrive que l'auteur fournisse lui-même des photographies. Soyez exigeant en ce qui concerne la qualité technique et artistique et expliquez clairement à l'auteur quels sont les critères requis.

### Critères présidant au choix des photographies

- Qualité technique : résolution minimale de 300 dpi pour un format de 20x30.
- Qualité artistique :
  - composition ;
  - éclairage ;
  - originalité.
- Thème : pertinence (photographies d'actualité illustrant les questions examinées, sous l'angle voulu par l'auteur).
- Traitement approprié des questions sensibles :
  - respect de l'équilibre géographique et de l'équité entre les sexes ;
  - sensibilité à l'égard des questions religieuses, ethniques et politiques ;
  - sensibilité à l'égard de toute représentation de la violence.

Si l'auteur fournit des photographies, deux possibilités s'offrent à vous :

- les mentionner clairement dans le contrat d'auteur (voir Appendice 5 : Comment remplir le formulaire de contrat d'auteur), ou
- demander à l'auteur ou au détenteur des droits de signer une autorisation d'exploitation (Formulaire 205F, disponible sur l'Intranet : <http://Intranet.unesco.org/forms/>).

### Tarifs et droits

Le prix des photographies varie en fonction :

- de la taille de l'image (par rapport au format de la publication) ;
- du type de photographie : blanc et noir ou couleurs ;
- du tirage ;
- du nombre de versions linguistiques/de la couverture géographique ;
- du nombre de photos achetées (le tarif baisse pour les grandes quantités) ;
- de la notoriété du photographe et/ou de l'agence.

Notez que les réimpressions peuvent entraîner une fourchette de prix plus élevée.

Si possible, demandez des droits d'exploitation mondiaux. Vérifiez si l'acquisition du droit de publier l'image sous forme électronique a un coût supplémentaire. Pour un usage sur le Web, vous devrez généralement préciser combien de temps l'image restera visible.

### Découpage et manipulation des images

Il est en général autorisé de rogner, et dans certains cas de retoucher, l'image dans des limites raisonnables, sauf s'il s'agit d'une œuvre d'art ou si le photographe est renommé.

Envoyez à l'agence, pour obtenir son accord, toute image que vous aurez rognée ou retouchée de quelque façon.

### **Crédits et suivi**

N'oubliez pas d'indiquer la source des images conformément aux directives de l'agence, y compris les mentions obligatoires. Vous vous exposez à une pénalité en cas de crédits inexacts. Dans le cas d'images appartenant à l'UNESCO, créditez l'Organisation et le photographe comme suit : © UNESCO/Y. Zzzzz

Une fois la photographie mise en page, vous (ou l'iconographe) devrez envoyer une copie de la page à l'agence ou au détenteur des droits, pour accord.

### **Illustrations**

Vous souhaitez peut-être agrémenter votre publication d'illustrations. Si vous demandez à un illustrateur de créer une ou plusieurs illustrations destinées exclusivement à cet usage, vous devrez lui faire signer un contrat d'auteur. L'illustrateur peut aussi céder des droits non exclusifs, de la même manière qu'un photographe. Tout comme les photographies, les illustrations doivent satisfaire à différents critères de qualité technique et artistique, de pertinence et de sensibilité à certaines questions.

### **Cartes**

Vous devez obtenir une autorisation de reproduction pour toute carte utilisée. Une simple confirmation par courriel suffit si la carte provient de la base de données de l'ONU (<http://www.un.org/Depts/Cartographic/french/htmain.htm>).

En ce qui concerne les cartes politiques, il vous faudra peut-être aussi consulter ERC dans le cas de questions sensibles ou de frontières contestées. Parlez-en à votre responsable des publications.

Version en cours  
de révision

## 2.4 Édition du contenu

### Outils et documents pertinents

- UNESCO Style Manual
- Logiciels de détection de plagiat :
  - [www.turnitin.com](http://www.turnitin.com)
  - [www.ithenticate.com](http://www.ithenticate.com)
- Fichier de consultants de l'UNESCO : [www.unesco.org/roster](http://www.unesco.org/roster)

### Le spécialiste du programme est responsable de la qualité du contenu de la publication.

L'édition du contenu est une tâche spécialisée qui nécessite à la fois une bonne connaissance du sujet et une excellente aptitude à la rédaction. Elle demande aussi du temps ! Il est souvent avisé de déléguer cette tâche à un contractant ou à un éditeur interne. Mais n'oubliez pas que c'est le spécialiste du programme qui est responsable de la qualité du manuscrit.

Une fois que l'auteur vous a soumis son manuscrit, vous devez le lire avec attention pour vous assurer qu'il convient et correspond au cahier des charges figurant dans le contrat d'auteur, notamment en ce qui concerne le sujet, l'approche, le style et la longueur.

Rappelez-vous que si le travail de l'auteur ne vous donne pas satisfaction, vous pouvez le lui renvoyer. Vous devez ne demander le paiement final de l'auteur que lorsque vous êtes pleinement satisfait.

Expliquez à l'éditeur ce que vous attendez de lui. Dans tous les cas, l'éditeur doit supprimer les passages redondants, ajouter les éléments pertinents qui font défaut, s'assurer que l'argumentation de l'auteur est exposée de manière logique et veiller au bon équilibre entre les différentes parties du manuscrit. Il doit aussi s'assurer que les recommandations du UNESCO Style Manual ont été appliquées et en particulier :

- que les faits rapportés ont été vérifiés ;
- que toutes les citations sont correctes et que les questions relatives au droit d'auteur ont été réglées ;
- que les noms propres et les toponymes sont corrects et conformes aux usages de l'UNESCO ;
- que les références bibliographiques sont exactes, complètes, dans le bon ordre et dans la langue appropriée.

Dans le cas d'un ouvrage collectif, l'éditeur doit aussi assurer la cohérence de la publication sur le plan de la présentation et de la terminologie. Il peut être nécessaire de rédiger des textes de transition pour relier entre elles les différentes contributions.

Vérifiez que les autorisations ont été dûment obtenues pour tous les éléments protégés par le droit d'auteur qui figurent dans l'ouvrage, y compris les extraits d'autres textes, les figures ou images telles que cartes, graphiques et photographies reproduites à partir d'autres sources (voir les sections 2.2, « Information et gestion des auteurs », et 2.3, « Photographies, illustrations et cartes »).

Si vous avez le moindre doute quant au caractère original du travail soumis par l'auteur, vérifiez qu'il n'y a pas plagiat, chose de plus en plus courante depuis que toutes sortes de documents sont disponibles sur l'Internet. Vérifiez aussi que l'auteur ne s'est pas plagié lui-même en présentant un travail déjà publié ailleurs, ce qui pourrait porter atteinte aux droits d'auteur acquis par un autre éditeur. Il existe de nombreux outils électroniques permettant de repérer un plagiat, par exemple [www.turnitin.com](http://www.turnitin.com) ou [www.ithenticate.com](http://www.ithenticate.com).

En cas de doute sur l'un quelconque des points ci-dessus, n'hésitez pas à consulter votre responsable des publications !

## **Pensez-y : la promotion**

### **Choix du titre : quelques conseils**

Décidez du titre définitif de votre publication. Votre titre provisoire en 25 mots risque de ne pas attirer beaucoup de lecteurs.

Au moment de choisir le titre de votre publication, concentrez-vous sur ses thèmes et concepts principaux. Évitez les clichés, les jeux de mots et les expressions idiomatiques qui risquent d'être difficiles à traduire ou peu compréhensibles dans d'autres cultures. Votre titre ne doit pas être trop long ni contenir des mots rares ou abscons. Votre responsable des publications vous aidera à choisir un titre court, juste et percutant, auquel vous devrez vous tenir. Dès lors que vous aurez commencé à l'utiliser dans des documents de promotion, le modifier ruinerait vos efforts !

Cherchez sur le Web s'il existe déjà des titres similaires, pour vous assurer que le vôtre s'en distingue d'une façon ou d'une autre. Pour qu'un moteur de recherche le retrouve aisément, votre titre doit compter moins de dix mots et commencer par des mots clés.

### **Rédigez le descriptif dès à présent**

Demandez à l'auteur de vous présenter un projet, ou utilisez les informations figurant dans l'introduction de l'ouvrage, sa conclusion ou tout autre matériel pertinent pour rédiger un court descriptif (300 mots environ). Celui-ci figurera sur la quatrième page de couverture et dans les documents promotionnels tels que dépliants et contenus destinés au Web.

### **Pensez aux éventuelles échéances**

Vérifiez auprès des réseaux de diffusion identifiés dans votre stratégie de promotion si le matériel promotionnel doit leur être fourni dans des délais particuliers.

Pour plus de détails, voir le chapitre 5, « Promotion et visibilité ».

## 2.5 Examen par les pairs

L'examen par les pairs est un élément important du processus du contrôle de qualité et confère à l'ouvrage plus de crédibilité auprès des spécialistes.

### *Quelles publications nécessitent un tel examen ?*

Toutes les publications doivent être soumises pour examen à des parties autres que l'auteur avant d'être publiées. Dans le cas de publications scientifiques, l'examen par au moins deux pairs extérieurs est indispensable. Le tableau ci-après indique quel est le type d'examen qui convient pour les différentes catégories de publications :

Livres	
Ouvrages destinés à un public spécialisé	Examen par les pairs
Ouvrages généraux et historiques	Examen interne ; examen par les pairs et/ ou un conseil de rédaction dans le cas d'ouvrages de référence
Rapports mondiaux	Comité de rédaction/comité scientifique
Rapports statistiques	Examen par les pairs/examen interne par des experts
Textes normatifs	Examen par les pairs si le texte comprend un commentaire ou une analyse
Notes d'orientation	Comité de rédaction
Rapports techniques et documents de travail	Examen interne
Actes	Examen interne
Principes directeurs, manuels et troussees à outils	Essai et examen par les pairs
Matériels pédagogiques, y compris documents multimédias et jeux interactifs	Essai et examen par les pairs
Atlas	Comité scientifique, ERC
Bibliographies	Examen interne
Dictionnaires/glossaires/thésaurus, index, encyclopédies	Comité de rédaction
Annuaire	Comité de rédaction
Périodiques	
Revue	Comité de rédaction
Revue savantes	Comité de rédaction
Bulletins et lettres d'information	Comité de rédaction

### *Avant ou après la préparation du manuscrit ?*

En général, mieux vaut faire relire le manuscrit avant de le préparer pour l'impression, car cet examen peut amener à le remanier profondément. Dans certains cas, toutefois, la mauvaise qualité du texte peut distraire l'examineur de son contenu. La décision doit être prise cas par cas.

### **Comment trouver un examinateur ?**

Vous pouvez rechercher un examinateur auprès des mêmes sources que celles que vous utilisez pour trouver un auteur. L'auteur est lui-même invité à donner les noms d'examineurs possibles. Si le secteur ne trouve pas d'examineurs, BPI peut s'en charger.

### **Qu'attend-on de l'examineur ?**

L'examineur doit lire le manuscrit dans sa totalité et fournir des observations détaillées quant à son contenu.

### **Faut-il payer l'examineur, et combien ?**

De nombreux spécialistes acceptent volontiers d'examiner un manuscrit sans être payé, ce qui est souvent considéré comme préférable d'un point de vue éthique. Mais l'examen par les pairs nécessite un gros travail, qui est parfois rémunéré. La pratique en usage à l'UNESCO est de ne pas rémunérer cet exercice. Dans certains cas, vous pourrez proposer une rémunération symbolique.

### **Quand l'examen en aveugle est-il nécessaire ?**

Lors d'un examen en aveugle, le nom de l'auteur n'est pas révélé à l'examineur. Cela s'avère nécessaire s'il y a un risque de conflit d'intérêts ou lorsque le cercle des spécialistes est extrêmement restreint.

### **Essai des matériels de formation et matériels didactiques**

Il importe tester les manuels, kits de formation et autres matériels didactiques (de préférence auprès d'utilisateurs appartenant au public visé) et de tenir compte des résultats du test.

#### **Essai de matériels didactiques : un exemple**

Un kit d'enseignement des sciences destiné à la fois aux enseignants et à leurs élèves (dernière année du primaire et premier cycle du secondaire) avait pour objet l'acquisition de connaissances dans un domaine particulier.

Quatre versions linguistiques (anglaise, arabe, espagnol et français) ont été publiées pendant la première phase du projet.

Cette première phase comprenait une période d'évaluation mettant à contribution des membres du Réseau du Système des écoles associées de l'UNESCO (réseau). Des enseignants d'établissements situés dans des régions appropriées ont été invités à tester et à améliorer le kit en partageant leurs connaissances et leurs données d'expérience. Suite à leurs réactions positives, une deuxième édition, publiée dans des langues additionnelles (allemand, chinois, hindi, mongol et russe) a vu le jour deux ans plus tard.

## 2.6 Constitution et gestion d'un comité de rédaction

Certains projets de publication nécessitent la constitution d'un comité de rédaction ou d'un comité scientifique afin d'assurer le plus haut niveau de qualité.

C'est le cas en général des périodiques, séries et ouvrages en plusieurs volumes qui comptent parmi les publications de prestige de l'UNESCO. Cela peut être nécessaire aussi pour d'autres types de publications. En cas de doute, consultez votre responsable des publications.

Les comités peuvent fonctionner de nombreuses façons différentes. Dans certains cas, tous leurs membres peuvent être appelés à examiner l'ensemble des publications, du moins à tel ou tel stade du processus. Dans le cas d'encyclopédies, par exemple, tous les membres du comité sont généralement censés donner leur avis sur le plan de l'ouvrage qui est proposé. Dans d'autres cas, différents membres peuvent se voir confier la responsabilité de publications particulières. Une fois que vous avez déterminé s'il convient de constituer un comité, vous devez vous interroger sur les points suivants :

- 1) Comment souhaitez-vous que ce comité fonctionne ?
  - Responsabilités de chacun et procédures de validation ?
  - Périodicité des réunions ?
  - Contacts réguliers par courrier électronique ?
- 2) Compétences souhaitées et autres caractéristiques du comité ?
  - Combien de membres ?
  - Les membres couvrent-ils l'éventail complet des compétences requises ?
  - Sont-ils des spécialistes reconnus ?
  - Ont-ils les motivations et le temps nécessaires pour remplir leur fonction ?
  - Possèdent-ils les compétences linguistiques requises ?
  - Considérations géographiques (et éventuels compromis) :
    - Représentent-ils un large échantillon de cultures et de nationalités ?
    - Est-il facile de les réunir, eu égard à leurs lieux de résidence ?
  - S'attendent-ils à être rémunérés ? Montant de la rémunération ?
- 3) Des ressources sont-elles disponibles pour la gestion du comité ?
  - Y a-t-il un budget pour financer les coûts du comité ?
  - Disposez-vous de ressources humaines appropriées pour donner suite aux travaux du comité ?

## Étude de cas : publication en série

### Contenus du produit

3 à 4 brochures par an de 20 000 à 30 000 mots

### Rôle du comité

- Proposer des auteurs et des titres.
- S'assurer de la qualité des contenus.

### Responsabilités et procédures

Le comité de rédaction se réunit tous les 18 mois. Il examine les titres en cours d'élaboration et décide de nouveaux titres possibles et des auteurs à contacter. Les auteurs sélectionnés sont invités à soumettre une proposition, dont les membres du comité discutent par courrier électronique. Si la proposition est approuvée par le comité, l'un des éditeurs associés est chargé de suivre la production du manuscrit jusqu'à son achèvement, en consultation avec les éditeurs généraux.

### Composition du comité

- Président – fonctionnaire de haut niveau de l'Organisation
- Co-directeur de la publication – fonctionnaire de haut niveau de l'Organisation
- Co-directeur de la publication – consultant de haut niveau (rémunéré)
- Éditeurs associés – cinq consultants internationaux de haut niveau (non rémunérés) et un fonctionnaire de haut niveau de l'Organisation.

Version en cours  
de révision

## 2.7 Avant-propos et préfaces

La plupart des publications commencent par un avant-propos et/ou une préface.

Un avant-propos signé par la Directrice générale ou une autre personnalité éminente peut être un atout pour votre projet.

### ***Quelles différences y a-t-il entre un avant-propos, une préface et une introduction ?***

Un avant-propos est un court texte placé au début d'une publication et rédigé par une autre personne que l'auteur, souvent une éminente personnalité pouvant susciter l'intérêt pour la publication. L'avant-propos est toujours signé. Présentant le point de vue de quelqu'un qui n'a pas pris part à l'élaboration de l'ouvrage, il situe généralement la publication dans un contexte plus large.

La préface est habituellement rédigée par l'auteur, pour expliquer, par exemple, la genèse de l'ouvrage. Elle n'est en général pas signée, même si elle est souvent écrite sur un ton plus personnel que le texte qui suit.

L'introduction fait partie du corps de l'ouvrage. S'il s'agit d'une publication scientifique, par exemple, elle explique en général divers aspects de la publication comme ses antécédents, sa raison d'être, sa méthodologie et son organisation.

### ***Comment demander à la Directrice générale de signer un avant-propos ?***

Si vous souhaitez que la Directrice générale signe un avant-propos pour votre publication, faites-en la demande le plus tôt possible compte tenu des différentes étapes du processus d'obtention d'un visa.

Avec l'accord du Directeur de votre Division, vous devez adresser une demande officielle à l'ADG responsable de votre secteur, en motivant cette demande. Si l'ADG accueille favorablement l'idée, il adresse une demande à DIR/ODG, en expliquant la raison d'être de la publication.

Si la Directrice générale accepte de signer un avant-propos pour votre publication, c'est vous qui allez devoir le rédiger ! Envoyez alors un projet de texte à ODG par les mêmes voies. L'avant-propos vous sera retourné une fois approuvé (avec les modifications qui auront été jugées nécessaires).

## 2.8 Attribution d'un numéro ISBN ou ISSN

L'attribution d'un numéro ISBN ou ISSN dépend du respect des normes de qualité de l'UNESCO. Sa gestion est assurée dans le cadre d'un système intégré, placé sous la responsabilité de BPI/OPP/PUB.

### Qu'est-ce qu'un numéro ISBN ou ISSN ?

Les numéros ISBN et ISSN sont des identifiants internationaux qui permettent aux distributeurs et aux bibliothèques de cataloguer votre publication. Ils sont également exigés par certains services tels que Google Books, qui offre une plus grande visibilité sur le Web. Il sera beaucoup plus facile de retrouver votre publication et d'y avoir accès si elle porte un numéro ISBN ou ISSN.

Le Numéro international normalisé des livres (ISBN) sert à identifier les livres ainsi que de nombreux autres types de publication, tels que CD-ROM et didacticiels.

Le Numéro international normalisé des publications en série (ISSN) est un code international permettant d'identifier une publication en série, y compris les séries électroniques.

### Comment obtenir un numéro ?

Étant donné la visibilité que confèrent les numéros ISBN et ISSN, l'UNESCO ne les attribue qu'à des publications qui satisfont aux critères de qualité de l'Organisation, à savoir notamment :

- ses normes éditoriales ;
- ses normes techniques ;
- la conformité avec sa charte graphique ;
- la conformité avec ses critères en matière de droits.

Complétez et soumettez à BPI la liste de vérification de la phase 2 (Préparation des contenus). BPI s'assurera de la conformité avec les critères éditoriaux et en matière de droits et recommandera – ou non – l'attribution d'un numéro ISBN ou ISSN. Ce numéro sera attribué après soumission de la liste de vérification de la phase 3 (Production) et des épreuves définitives.

### Bureaux hors Siège et instituts

Si vous travaillez dans un bureau hors Siège ou un institut, consultez votre responsable des publications pour connaître la procédure d'attribution d'un numéro ISBN ou ISSN.

## Production

Transformer le manuscrit en une publication finie de qualité professionnelle nécessite du temps, des efforts et des compétences spécialisées. Chaque étape est importante. Ne sabotez pas le projet pour économiser quelques sous !

Si votre publication doit être commercialisée par les éditions de l'UNESCO, les étapes décrites dans le présent chapitre sont du ressort de BPI/OPP/PUB. Si elle est destinée à être distribuée gratuitement, il appartient au secteur d'en gérer la production.

La préparation avant impression, la composition et la correction des épreuves sont autant d'étapes importantes du processus de production. Le temps que nécessite la conception graphique varie, selon que la publication fait partie d'une série utilisant une même maquette et une même couverture et selon qu'un coéditeur a ou non son mot à dire. Veillez à planifier toutes les étapes à l'avance.

Chaque étape doit être effectuée avec soin, et les problèmes être réglés sans attendre. C'est une erreur de mettre en page une publication qui n'a pas été correctement préparée pour l'impression, en se promettant de résoudre les problèmes au moment de la correction des épreuves. Il en résultera des retards et des coûts supplémentaires.

L'impression (ou la gravure d'un CD-ROM) est une étape essentielle et un point de non-retour. Vous ne devez à aucun prix vous retrouver dans l'obligation de choisir entre diffuser une publication de qualité inférieure, la jeter à la corbeille ou gaspiller du temps et de l'argent à camoufler des erreurs sous des autocollants !

Cela ne signifie pas pour autant que vous pouvez vous montrer plus laxiste avec des documents publiés en ligne. Ne diffusez que des matériels ayant fait l'objet d'un contrôle de qualité adéquat.

## Liste de vérification et demande d'attribution d'un numéro ISBN Partie 2

## Phase de la production

1. Le budget a-t-il été alloué ?  oui  non Code : \_\_\_\_\_
2. Le préparateur du manuscrit a-t-il été sélectionné ?  oui  non Nom ? \_\_\_\_\_
3. La préparation du manuscrit a-t-elle été menée à bien ?  oui  non
4. Le graphiste a-t-il été sélectionné,  
et a-t-il reçu contrat et instructions ?  oui  non Nom ? \_\_\_\_\_
5. La couverture est-elle achevée et conforme à la charte graphique  
de l'UNESCO ?  oui  non Joindre une copie de la couverture 
6. Le typographe a-t-il été choisi ?  oui  non Nom ? \_\_\_\_\_
7. La composition est-elle achevée ?  oui  non
8. Les épreuves ont-elles été relues ?  oui  non Nom ? \_\_\_\_\_
9. L'indexeur a-t-il reçu son contrat (le cas échéant) ?  oui  non Nom ? \_\_\_\_\_
10. L'index est-il établi (le cas échéant) ?  oui  non
11. La page des mentions légales contient-elle toutes  
les informations requises ?  oui  non Joindre un exemplaire 
12. L'imprimeur a-t-il été sélectionné ?  oui  non Nom ? \_\_\_\_\_
13. Les épreuves finales ont-elles été vérifiées et  
validées pour envoi à l'imprimeur ?  oui  non
14. Un numéro ISBN a-t-il été attribué par BPI ?  oui  non Numéro : \_\_\_\_\_  
Une fois le numéro ISBN attribué, n'oubliez pas :
  - de l'insérer sur la couverture et la page des mentions légales avant mise sous presse ;
  - de vérifier les premières épreuves (ozalids) avant retour à l'imprimeur ;
  - de vérifier le produit final avant catalogage, archivage et diffusion.
15. La date de lancement est-elle confirmée ? \_\_\_\_\_

## Votre interlocuteur pour la demande de numéro ISBN

Fonctionnaire responsable : \_\_\_\_\_  
 Division/secteur/institut : \_\_\_\_\_  
 Courrier électronique : \_\_\_\_\_  
 Numéro de téléphone de bureau : \_\_\_\_\_

## Promotion

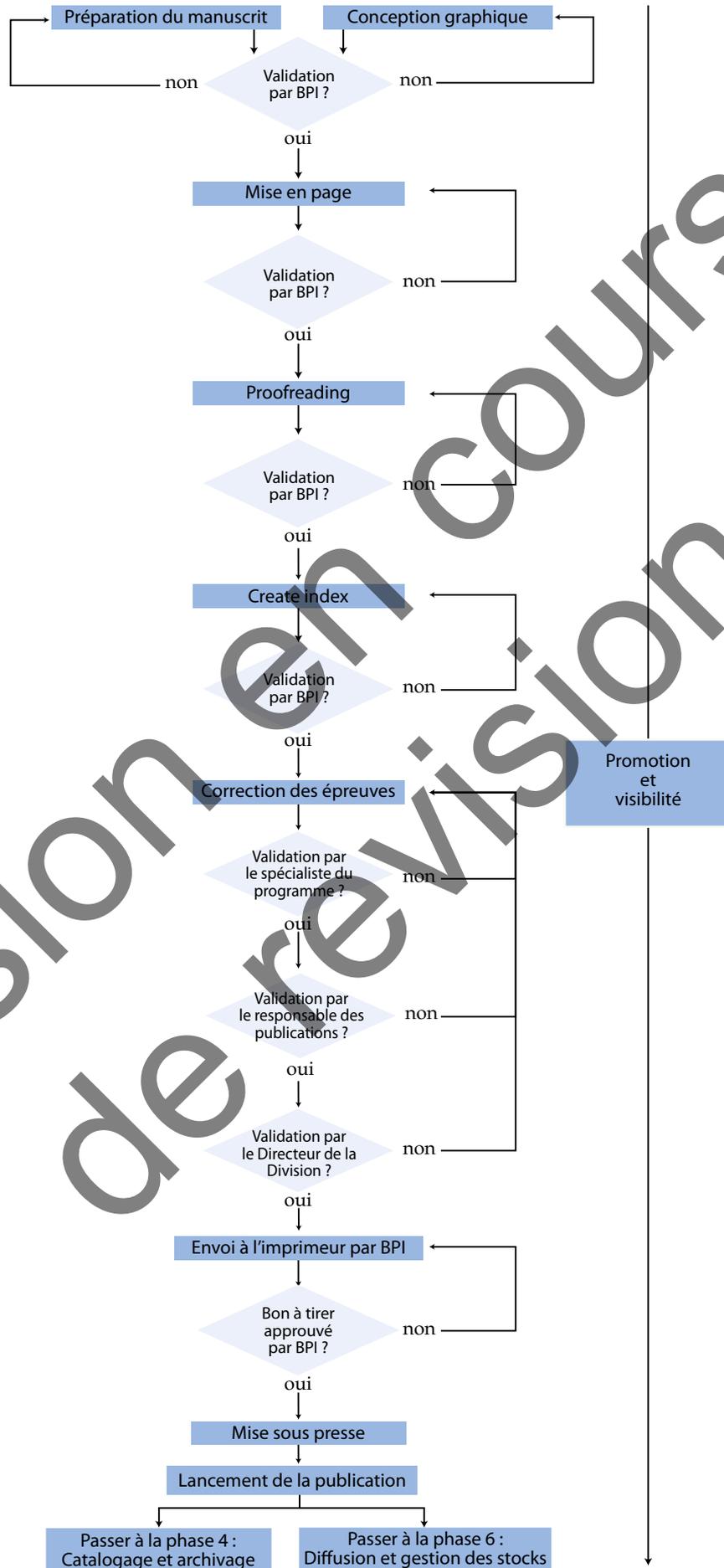
Tous les matériels promotionnels sont-ils prêts ?

Les actions de communication ont-elles été lancées ?

## Phase de la production (publication distribuée gratuitement)



### Phase de la production (publication destinée à la vente)



## Qui fait quoi ?

### Publications produites par le secteur

#### **Le spécialiste du programme**

- Préparation du manuscrit avant l'impression, composition, création de l'index et correction des épreuves :
  1. vérifie auprès de l'attaché d'administration quelles sont les pratiques administratives en vigueur, les types de contrats appropriés et les procédures SAP ;
  2. choisit un contractant dans une liste d'au moins trois, en justifiant son choix ;
  3. rédige le contrat et établit le cahier des charges ;
  4. valide le travail, une fois celui-ci accompli, et donne le feu vert pour le paiement.
- Gestion du processus de production et prise en charge de toute question non résolue en ce qui concerne les aspects éditoriaux et/ou les droits.
- Pour l'impression, commande de trois devis, sauf s'il y a lieu de lancer un appel d'offres (conformément aux procédures d'achat).

#### **L'attaché d'administration**

- Confirmation de la disponibilité de fonds budgétaires.
- Validation des procédures administratives.

#### **Le responsable des publications**

- Vérification et signature du bon à tirer, en consultation avec le spécialiste du programme si nécessaire.
- Avis concernant l'ensemble des procédures.

#### **Le Directeur de la Division**

- Validation finale de tous les contrats.
- Validation du bon à tirer après vérification par le spécialiste du programme.

### Publications produites par BPI/OPP/PUB

#### **BPI/OPP/PUB**

- Gestion de la production (ensemble des étapes considérées dans le présent chapitre).

#### **Le spécialiste du programme**

- Avis sur les questions relatives aux aspects éditoriaux et/ou aux droits.
- Vérification des épreuves.

#### **Le responsable des publications**

- Vérification et signature du bon à tirer, en consultation avec le spécialiste du programme.

#### **Le Directeur de la Division**

- Validation finale de tous les contrats.
- Validation du bon à tirer après vérification par le spécialiste du programme.

Tout se déroule-t-il dans les délais prévus ? Vérifiez-le à intervalles réguliers, car tout retard pourrait avoir des incidences sur la réservation de fonds, qui n'est valide que jusqu'à une certaine date.

## Coédition : partage des responsabilités concernant les tâches éditoriales et la production

- Les coéditeurs doivent en général être capables de prendre en charge n'importe quel aspect de la production : préparation du manuscrit pour l'impression, composition, correction des épreuves, établissement de l'index, impression et reliure.
- Les responsabilités de chacun sont négociées au cas par cas en fonction des intérêts de chaque partie, avec pour objectif des conditions de production optimales. On peut envisager entre autres les formes de coopération suivantes :
  - L'UNESCO fournit un manuscrit édité sur le plan de la langue et du contenu, la production, depuis la préparation pour impression, étant entièrement prise en charge par le coéditeur ;
  - L'UNESCO fournit au coéditeur les fichiers définitifs, prêts pour l'impression et la reliure ;
  - La publication déjà imprimée (ou sur support électronique) est vendue en bloc au coéditeur.
- Le secteur de programme est responsable de la correction des épreuves.
- Aucun travail ne peut être mis sous presse sans le feu vert de BPI/OPP/PUB, donné après examen du bon à tirer, conformément à l'accord de coédition.

Version en cours  
de révision

## 3.1 Préparation du manuscrit pour l'impression

### Outils et documents pertinents

- UNESCO Style Manual
- Appendice 6 : Modèle de cahier des charges pour les contractants
- Fichier de consultants de l'UNESCO : [www.unesco.org/roster/](http://www.unesco.org/roster/)

Le préparateur s'assure que votre texte se lit facilement et est conforme aux règles stylistiques en usage à l'UNESCO.

Son rôle est de repérer les fautes d'orthographe et de grammaire, de s'assurer que le style est uniforme et aisé dans tout le manuscrit, et de vérifier que toutes les prescriptions du manuel stylistique ont été respectées. Il peut aussi vous signaler tous les problèmes d'ordre structurel ou de fond qui auraient pu vous échapper, même si ce n'est pas à lui de le faire. L'UNESCO peut également lui demander d'appliquer des styles particuliers (fonction dont sont dotés la plupart des logiciels de traitement de texte) pour distinguer différents niveaux hiérarchiques de titres et de polices. Cela facilitera la tâche du maquettiste.

### Questions qu'il convient de se poser lors du choix d'un préparateur

- Avez-vous besoin d'un préparateur spécialisé dans un domaine particulier ? Même si l'intervention d'un professionnel est plus importante au stade de l'édition du contenu, vous pouvez avoir besoin de quelqu'un qui soit capable, par exemple, de vérifier des équations mathématiques.
- Y a-t-il dans vos fichiers un préparateur qui connaît particulièrement bien votre public ? Vous pourriez par exemple souhaiter un spécialiste de littérature enfantine qui repèrera facilement les fautes de vocabulaire.
- Avez-vous des délais serrés ? Certains préparateurs sont très consciencieux, mais remettent invariablement leur travail en retard.

### Quelle est la différence entre édition du contenu et préparation du manuscrit pour l'impression ?

L'édition du contenu porte sur la structure et l'organisation du texte et implique parfois un important travail de réécriture. La préparation du manuscrit pour l'impression consiste à corriger les fautes de langue et de grammaire, et à vérifier la cohérence ainsi que la conformité avec le style de la maison, et ne doit pas donner lieu à de profonds remaniements.

### Expliquez clairement l'objectif et la nature des tâches

Assurez-vous en particulier que le préparateur :

- applique les prescriptions du UNESCO Style Manual, notamment en ce qui concerne :
  - la vérification des références bibliographiques ;
  - la vérification de l'orthographe des noms et des toponymes et de leur conformité avec les usages de l'UNESCO ;
- fournit un document électronique faisant apparaître le suivi des modifications apportées ;
- présente clairement toutes ses observations ou questions éventuelles, à l'aide de la fonction d'ajout de commentaires, ou dans un document séparé ;
- est conscient des délais impératifs et les respecte.

Cela semble aller de soi, mais il importe que vous remettiez au préparateur la version complète et définitive du manuscrit. Il peut être justifié dans certains cas de lui envoyer le document section par section, encore que cela risque d'être une source de problèmes et de retards.

Les bons préparateurs dressent habituellement une liste de questions qu'ils vous remettent une fois leur travail achevé. Vous devez néanmoins être prêt à répondre rapidement à toute question urgente qui se pose pendant que le travail est en cours, afin que le préparateur ne prenne pas de retard. Vous pouvez aussi être amené à donner de nouvelles consignes à l'auteur. Il est parfois utile de mettre directement en contact le préparateur et l'auteur, mais vous devez en décider cas par cas.

### Que contient le UNESCO Style Manual ?

Le UNESCO Style Manual traite du bon usage en anglais et des règles de style en vigueur à l'UNESCO. On y trouve de précieuses informations sur la terminologie de l'UNESCO, les règles d'orthographe, l'utilisation des capitales et les références bibliographiques. Ce document est disponible à l'adresse suivante : <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001418/141812e.pdf>

### *Ne créez pas de goulet d'étranglement*

Une fois que vous avez reçu le document édité, prenez le temps d'en évaluer la qualité le plus rapidement possible. Si vous jugez que le travail n'a pas été effectué de façon satisfaisante (en ce qui concerne notamment le respect des règles du UNESCO Style Manual), renvoyez-le afin qu'il soit repris conformément à vos instructions. Rappelez-vous toutefois qu'il s'agit de préparer le manuscrit pour l'impression. Vous ne devez pas attendre de profonds remaniements à ce stade.

Les problèmes éventuels doivent être résolus le plus vite possible. Cette étape du contrôle de qualité, où il faut régler les derniers points de détail, est souvent un goulet d'étranglement !

### **Pensez-y : la promotion**

Si vous n'avez pas encore rédigé vos matériels promotionnels, faites-le maintenant !  
Vérifiez l'existence d'éventuelles échéances !

## 3.2 Conception graphique

### *Outils et documents pertinents*

- Charte graphique
- Directives concernant l'utilisation de l'emblème de l'UNESCO
- Fichier de consultants de l'UNESCO : [www.unesco.org/roster/](http://www.unesco.org/roster/)

Une couverture bien conçue attirera des lecteurs potentiels. Une mise en page agréable les incitera à poursuivre leur lecture.

Le plus souvent, il convient de faire appel à un graphiste pour concevoir la couverture de votre publication ainsi que, dans certains cas, sa mise en page. Choisissez de préférence un collaborateur confirmé de l'UNESCO (voyez le fichier) qui comprend le vocabulaire de la publication. Vous devez proposer les noms d'au moins trois contractants potentiels.

### *Donnez systématiquement les informations suivantes pour la couverture, :*

- une note présentant le contenu de la publication et le public auquel elle est destinée ;
- le support ;
- nom de la série, le cas échéant, et charte graphique s'appliquant à la série ;
- toutes les images qui pourraient ou devront être utilisées, y compris les crédits ;
- tous autres points à respecter (et tous éléments à éviter), par exemple utilisation de couleurs spécifiques ;
- titre et sous-titre ;
- nom(s) du ou des auteur(s), dans l'ordre souhaité ;
- tous les emblèmes, et les instructions concernant leur utilisation ;
- numéro ISBN/ISSN ;
- largeur du dos (lorsque l'imprimeur vous l'aura communiquée).

### *Confiez la mise en page à un graphiste si elle est complexe et entièrement originale.*

Une bonne mise en page met le texte en valeur de façon claire et agréable. Elle incite le lecteur à se plonger dans l'ouvrage, et l'aide à trouver facilement l'information qu'il recherche. La mise en page renseigne aussi sur la nature de l'ouvrage. Un travail de chercheur n'a pas la même apparence qu'un livre d'enfant.

Donnez des instructions aux graphistes sur les points suivants :

- la charte graphique et l'identité visuelle ;
- le contenu et le public visé ;
- les polices ou styles particuliers que vous souhaitez utiliser pour le texte ;
- la manière de présenter les chapitres et sous-chapitres et toutes les parties figurant au début et à la fin de la publication ;
- tous les détails liés à la langue de l'ouvrage (par exemple, adaptation de la présentation pour une version en arabe) ;
- la manière d'insérer dans le texte d'éventuels éléments visuels.

Pour plus de détails sur les informations à communiquer concernant la mise en page, voir la section 3.3 : « Composition ».

## 3.3 Composition

### *Outils et documents utiles*

- Charte graphique
- Directives concernant l'utilisation de l'emblème de l'UNESCO
- Fichier de consultants de l'UNESCO : [www.unesco.org/roster/](http://www.unesco.org/roster/)

Donnez au typographe le manuscrit définitif complet et des instructions détaillées de façon à ne rencontrer aucun problème.

### *Choix du typographe*

Confiez la mise en page à un professionnel : vous économiserez du temps et de l'argent. Pour la maquette, préférez quelqu'un qui a déjà travaillé avec l'UNESCO (consultez le fichier). Vous devez proposer les noms d'au moins trois contractants potentiels. Contactez les longtemps à l'avance pour vous assurer de leur disponibilité.

### *La procédure*

Une fois que le manuscrit est prêt pour l'impression, et que tous les problèmes sont résolus, vous pouvez passer à la composition. Évitez de lancer ce travail avant d'avoir reçu la totalité du document prêt pour l'impression. Il pourrait apparaître nécessaire d'appliquer à l'ensemble du document des changements apportés dans les parties restantes, ce qui risque d'être une source de confusion et de retards si le début du texte est déjà composé.

Remettez au typographe :

- le manuscrit définitif sous forme électronique (généralement un document Word dans lequel toutes les modifications ont été acceptées) ;
- des fichiers haute résolution pour toutes les images (voir à la section 2.3 des directives concernant la qualité et les formats standards) ;
- des fichiers sources haute résolution pour tous les graphiques, diagrammes et cartes.

S'il existe déjà un modèle (par exemple si votre publication fait partie d'une série existante), le typographe doit s'y conformer scrupuleusement. Dans le cas contraire, vous devrez lui indiquer (ou au graphiste, le cas échéant) quelles sont vos exigences (voir la section 3.2). Il se peut aussi que vous souhaitiez faire refaire certaines figures ou certains diagrammes pour plus de clarté ou de cohérence. Tout cela aura des incidences sur le budget et le calendrier.

Si le projet est particulièrement complexe, chargez un graphiste de la conception de la maquette (voir la section 3.2).

Une fois le texte composé, vérifiez d'abord vous-même la conformité au cahier des charges, puis réglez tous les problèmes signalés par le typographe. Lorsque vous êtes satisfait de la mise en page du manuscrit, envoyez-le au correcteur d'épreuves.

## 3.4 Correction des épreuves

### Outils et documents pertinents

- Appendice 6 : Modèle de cahier des charges pour les contractants
- Fichier de consultant de l'UNESCO : [www.unesco.org/roster/](http://www.unesco.org/roster/)
- *UNESCO Style Manual*

Le manuscrit est maintenant mis en page. Mais il est loin d'être prêt pour l'impression, et doit être vérifié avec soin !

Le temps est venu de régler tous les problèmes apparus au cours du processus de mise en page et toutes les erreurs minimales qui ont échappé à la vigilance du préparateur.

### Choix d'un correcteur

Faites appel à un professionnel ! Vous pensez peut-être que votre stagiaire fera l'affaire, mais c'est rarement le cas. Les bons correcteurs sont extrêmement rares.

Dans la plupart des cas, mieux vaut confier cette tâche à quelqu'un qui portera un regard neuf sur la publication. Toutefois, si vous avez travaillé avec un très bon préparateur qui est aussi un bon correcteur, il pourra se charger des deux tâches. En cas de doute, demandez conseil à votre responsable des publications.

Le lieu de résidence du contractant est également important. Il est plus pratique de travailler avec un correcteur qui peut venir chercher les épreuves et vous les rapporter une fois le travail achevé. Il est possible d'envoyer des fichiers pdf à un correcteur situé en un lieu éloigné, qui imprimera les épreuves, les corrigera et vous les renverra par la poste ou par courrier électronique après les avoir scannées. Mais le courrier peut s'égarer et des épreuves faxées ou scannées être difficilement lisibles.

### Que fait le correcteur ?

Le correcteur repère :

- les passages oubliés ou altérés au cours de la mise en page ;
- les défauts de concordance entre la table des matières (et autres listes) et les titres figurant dans le corps du texte ;
- les problèmes avec les titres courants ;
- les problèmes de mise en page tels que polices et tailles de police, espaces, retraits, niveaux de titres ;
- toute référence croisée (par exemple « voir page xxx ») qu'il convient de compléter ou de corriger ;
- les fautes qui pourraient subsister (orthographe, ponctuation ou typographiques).

Toutefois, il ne s'agit plus à ce stade de procéder à d'importants remaniements ou d'entreprendre un travail de réécriture. Demandez au correcteur de signaler tout problème majeur qu'il aurait rencontré.

Les correcteurs corrigent à l'encre rouge les pages d'épreuves (utiliser différentes couleurs si le travail est confié à plusieurs personnes). Il convient d'utiliser les symboles normalisés (les symboles français et anglais sont tous deux acceptés à l'UNESCO) qui figurent dans le *UNESCO Style Manual*.

***Que faire ensuite ?***

Une fois les épreuves corrigées, donnez-les au typographe pour qu'il insère les corrections. Vous (ou le correcteur) devez ensuite vérifier que ce travail a été correctement effectué. Il n'est généralement pas nécessaire d'aller au-delà de trois épreuves successives pour pouvoir signer le bon à tirer. Attendez-vous à des frais supplémentaires si les corrections dépassent un volume raisonnable (au maximum 15 % du volume total).

Version en cours  
de révision

## 3.5 Création de l'index

### Outils et documents pertinents

- Appendice 6 : Modèle de cahier des charges pour les contractants
- Ressources extérieures :
  - Society of Indexers : [www.indexers.org.uk/](http://www.indexers.org.uk/)
  - American Society of Indexers : [www.asindexing.org/site/index.html](http://www.asindexing.org/site/index.html)
  - Australian and New Zealand Society of Indexers : [www.aussi.org/](http://www.aussi.org/)
  - Société canadienne d'indexation : [www.indexers.ca/siteindex.html](http://www.indexers.ca/siteindex.html)

Un bon index est une sorte de carte qui guide et informe le lecteur. Les ouvrages bien indexés ont plus de chances d'être lus, d'être utilisés comme outils de référence et d'être cités.

Toutes les publications scientifiques et savantes de l'UNESCO doivent comporter un index. Cela est également utile pour les publications de caractère plus général. L'index est non seulement un outil essentiel pour le lecteur, mais aussi une marque de qualité.

L'indexation est effectuée au stade de la correction des épreuves. Toutefois, elle a trait au contenu et il convient pour bien faire de l'anticiper dès le stade de la préparation des contenus (voir le chapitre 2).

### Qu'est-ce exactement qu'un index ?

Selon la norme ISO 999 (1996), un index est «un ensemble d'entrées permettant à l'utilisateur de localiser l'information dans un document ou dans des documents à l'intérieur d'une collection». L'index recense habituellement des concepts, des termes géographiques et des noms propres, souvent dans une même liste alphabétique, ou parfois dans des listes séparées.

### Préparation en amont

Si possible, demandez à l'auteur de la publication d'établir une liste des thèmes et sous-thèmes à indexer. L'auteur peut aussi utiliser un logiciel pour baliser les mots pertinents. Ces mots serviront de base à l'établissement de l'index, sans que l'indexeur soit tenu de s'y limiter.

### Qui établit l'index ?

L'indexation demande du temps, des aptitudes particulières (capacités d'analyse et sens de l'organisation) et une vision objective du public ciblé. L'auteur n'est probablement pas la personne la mieux qualifiée. Un collègue inexpérimenté non plus. Et n'oubliez pas que l'indexation doit être effectuée par un être humain ! Un logiciel peut aider à baliser et trier les mots clés, mais il ne peut remplacer les capacités d'analyse de l'être humain. Faites appel à un indexeur professionnel si possible.

### Instructions à donner à l'indexeur

- Fournissez-lui les épreuves finales. Assurez-vous que la numérotation des pages ne sera en principe plus modifiée, ce qui alourdirait inutilement sa charge de travail.
- Indiquez précisément les éléments à indexer (comprennent-ils les parties précédant le texte proprement dit, les tableaux, les figures, les illustrations, les annexes et/ou tout autre élément autre que le corps du texte ?).
- Précisez le temps disponible, l'espace disponible (le cas échéant), et le niveau de complexité souhaité.
- Renvoyez l'indexeur au *UNESCO Style Manual* en ce qui concerne les considérations de style et de mise en page.

- Demandez à l'indexeur :
  - de lire l'ensemble de l'ouvrage pour relever les concepts importants (outre ceux qui ont déjà été recensés par l'auteur). Il importe qu'il se concentre sur les idées sous-jacentes plutôt que sur les mots eux-mêmes ;
  - de hiérarchiser les concepts et sous-concepts, puis de les classer dans l'ordre alphabétique, avec indication des pages où ils figurent. Il pourra rattacher un concept peu usuel à un autre plus familier par un renvoi du type « voir... ». Lorsqu'une autre entrée donne des informations similaires, il utilisera la formule « voir aussi ».

Version en cours  
de révision

## 3.6 Mentions préliminaires obligatoires

### Outils et documents pertinents

- Appendice 3 : Modèle de page portant le copyright

La page des mentions légales contient d'importants renseignements concernant les droits et les responsabilités.

Dans les publications de l'UNESCO, les mentions légales figurent en général sur la première page de gauche après la demi-page de titre ou la page de titre.

Doivent figurer les informations ci-après, dans l'ordre suivant :

- Informations relatives à l'éditeur (nom et adresse de l'UNESCO).
- Le cas échéant, informations relatives au coéditeur (nom et adresse du coéditeur).
- La mention du copyright.
- La mention « Tous droits réservés ».
- Le numéro ISBN.
- Le titre original (dans le cas d'une traduction).
- La note de limitation de la responsabilité (voir note type).
- Les crédits des photographies et illustrations.
- Les crédits pour la conception de la couverture.
- Les crédits pour la composition.
- Le nom de l'imprimeur.
- La mention « Imprimé en... (nom du pays) ».

La formule de limitation de responsabilité est libellée comme suit :

Les dénominations utilisées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'UNESCO aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones cités, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Les auteurs sont responsables du choix et de la présentation des faits rapportés dans cet ouvrage ainsi que des opinions exprimées, lesquelles ne sont pas nécessairement celles de l'UNESCO et n'engagent pas l'Organisation.

Voir l'Appendice 1 du *UNESCO Style Manual* la liste complète des mentions devant figurer au début des publications.

## 3.7 Impression

Vous êtes maintenant satisfait des épreuves. Il est temps de publier.

Vous avez déjà choisi un imprimeur dans une liste d'au moins trois contractants potentiels. Au nombre des critères utilisés à cette fin figurent les coûts, mais aussi la qualité et les délais.

Si vous travaillez avec CLD, utilisez le formulaire en ligne disponible à l'adresse suivante : <http://dms.hq.int.unesco.org/>

Assurez-vous que l'imprimeur et vous êtes d'accord sur la date limite de livraison de la publication (généralement trois ou quatre semaines après la soumission des fichiers définitifs) et sur tous les aspects techniques :

- Allez vous opter pour l'impression numérique ou en offset (cela dépendra du tirage, la première solution étant plus économique en cas de tirage élevé, et la seconde si le tirage est plus faible) ?
- S'il s'agit d'une publication isolée (ne faisant pas partie d'une série, pour laquelle le cahier des charges est déjà arrêté), avez-vous discuté avec l'imprimeur du choix du papier ?  
L'ouvrage aura un aspect et produira un effet différents en fonction de paramètres tels que l'épaisseur, la texture et le degré d'absorption de l'encre par le papier.

Envoyez les fichiers définitifs à l'imprimeur par courrier électronique :

- L'ensemble du document doit être fourni au format pdf avec une résolution élevée.
- En cas d'impression en polychromie, assurez-vous que le procédé utilisé est le tirage en quadrichromie (cyan, magenta, jaune et noir) plutôt qu'en trichromie (rouge, vert, bleu).
- Si l'imprimeur le demande, envoyez aussi les fichiers sources au format du logiciel utilisé pour créer le document, y compris les polices requises.

N'oubliez pas de demander à l'imprimeur quelle sera la largeur du dos de la publication. Il vous faudra communiquer cette information au graphiste ou au maquettiste afin qu'il puisse finaliser la couverture.

L'imprimeur vous renverra ensuite, quelques jours après, les épreuves de tirage (appelés aussi traceurs) pour vérification. Comparez-les attentivement à votre dernier jeu d'épreuves pour repérer les erreurs qui auraient pu être introduites et les indiquer à l'imprimeur. Les problèmes les plus courants concernent les fontes, la qualité des images et d'éventuelles inversions de l'ordre des pages. Vous ne devez pas en principe corriger le texte lui-même à ce stade. S'il vous faut corriger plus de quelques pages, attendez-vous à des frais supplémentaires.

Vous devriez recevoir bientôt vos exemplaires !

### Nouvelles éditions et réimpressions

Lorsque le livre est imprimé, vous n'êtes pas encore au bout de vos peines. Vous souhaitez peut-être le réimprimer un jour, et vous devrez envisager à cette occasion d'en actualiser le contenu. Considérez chaque réimpression ou nouvelle édition comme un mini-projet, pour lequel vous devrez respecter les mêmes procédures de validation que s'il s'agissait d'une publication entièrement nouvelle.

## Catalogage et archivage

Créer une publication n'est pas tout. L'ouvrage sera de peu d'utilité s'il ne peut être retrouvé aisément et à coup sûr.

Le catalogage et la classification facilitent la localisation de l'information, sur support papier ou sous forme électronique.

Il est également important que l'Organisation préserve la mémoire institutionnelle et conserve des copies des fichiers essentiels. Dans le cas de publications, il s'agit des fichiers sources qui serviront pour les réimpressions ultérieures, ainsi que des contrats accordés aux auteurs et des autorisations délivrées par eux, qui sont nécessaires pour garder une trace des arrangements en matière de droit d'auteur.

Version en cours  
de révision

## Liste de vérification

# Catalogage et archivage

1. Les fichiers électroniques sont-ils correctement nommés ?
2. Le(s) fichier(s) source(s) et le fichier pdf final ont-ils été transférés dans la base HERMES ?
3. Des copies sur papier ont-elles été envoyées aux Archives (une copie) et à la Bibliothèque (deux copies) ?
4. Les principales pièces relatives au processus de publication ont-elles été convenablement archivées dans les fichiers partagés de l'Unité ?

Version en cours  
de révision

## Qui fait quoi ?

La plupart des tâches décrites dans le présent chapitre sont de la responsabilité des spécialistes de l'information de l'UNESCO. Mais il est important que vous communiquiez les informations appropriées à la personne appropriée au moment approprié !

### Le spécialiste du programme

- Transmission de copies électroniques et d'exemplaires sur papier de toutes les publications non destinées à la vente au Centre d'échange d'informations, à la Bibliothèque et aux Archives, au format approprié.
- Conservation de toutes les pièces essentielles du processus de publication dans les fichiers partagés de l'Unité.

### BPI/OPP/PUB

- Transmission de copies électroniques et d'exemplaires sur papier de toutes les publications destinées à la vente au Centre d'échange d'informations, à la Bibliothèque et aux Archives, au format approprié.
- Archivage des contrats accordés aux auteurs et des autorisations délivrées par eux dans les fichiers partagés de l'Unité, et transfert éventuel aux Archives.

### Le Centre d'échange d'informations de l'UNESCO

- Précatalogage des publications.
- Dès que la publication est en ligne, communication de l'URL au spécialiste du programme par courrier électronique.

### La Bibliothèque de l'UNESCO

- Attribution à votre publication, par des spécialistes du catalogage et de la classification, de numéros de classification et de mots clés, qui figureront ensuite dans la base de données UNESBIB/UNESDOC.
- Aménagement de l'accès aux publications de l'UNESCO pour les visiteurs internes et de l'extérieur, et prêt d'un exemplaire aux membres du Secrétariat et des Délégations permanentes.

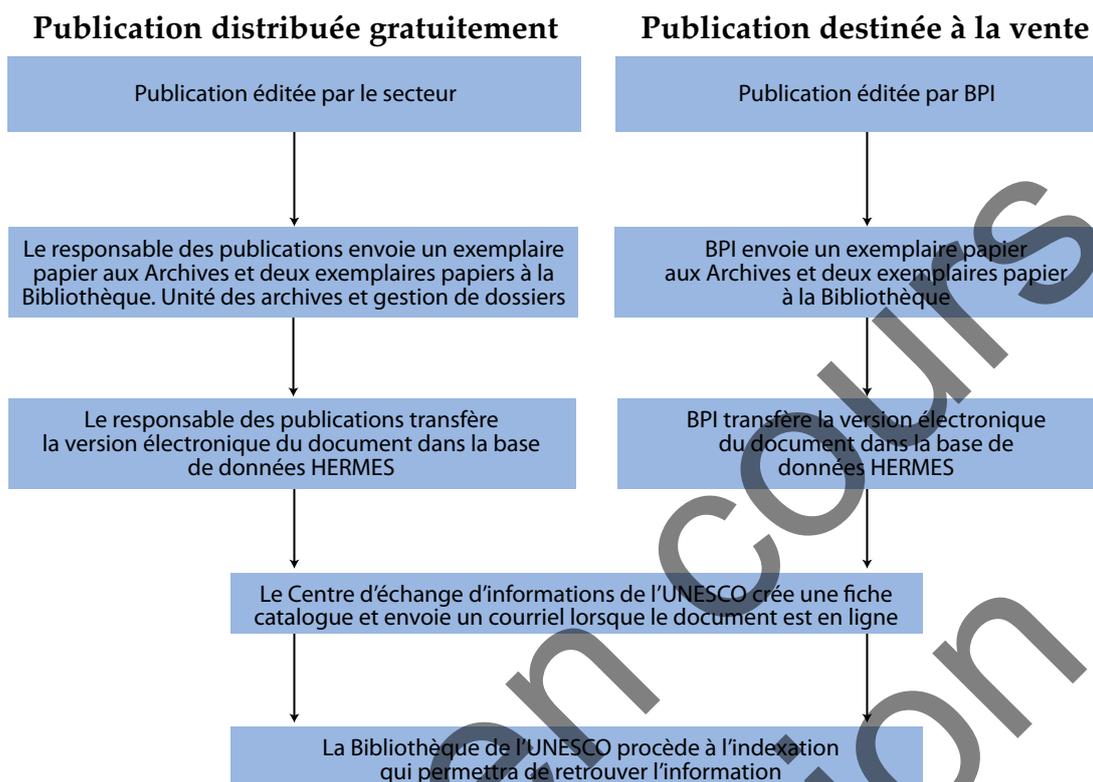
### Les Archives de l'UNESCO

- Archivage de toutes les pièces (publications, documents et correspondance) sous quelque support que ce soit (support papier, support électronique, etc.).
- Gestion des fonds d'archives et aménagement d'un accès pour le Secrétariat, les Délégations permanentes, les chercheurs et le grand public.

### Bureaux hors Siège et instituts

Certains bureaux hors Siège et instituts disposent de leurs propres spécialistes de l'information qui se chargent du catalogage et de la classification. Ces personnes sont expérimentées et ont été formées à l'utilisation du système de l'UNESCO. En cas de doute, vérifiez les procédures auprès de votre responsable des publications.

## Phase du catalogage et de l'archivage



## 4.1 Catalogage et classification

### Outils et documents pertinents :

- HERMES  
Au Siège : <http://hermesapp.hq.int.unesco.org/>  
Hors Siège : [http://unesdoc.unesco.org/ulis/hermes/guideline\\_Field.htm?mode=](http://unesdoc.unesco.org/ulis/hermes/guideline_Field.htm?mode=)
- Bibliothèque de l'UNESCO  
<http://www.unesco.org/library>  
<http://Intranet.unesco.org/infos/library/>

Toutes les publications UNESCO sont répertoriées dans la base de données UNESDOC/UNESBIB par les spécialistes du catalogage et de la classification de la Bibliothèque.

Le catalogage et la classification d'un document particulier nécessitent la création d'une fiche portant les mots clés, les numéros de classification et diverses autres éléments d'identification. Ces données sont ensuite saisies dans UNESDOC en vue de faciliter la recherche ultérieure de ce document.

### HERMES

HERMES est un outil permettant de transférer dans UNESDOC tous les documents officiels et publications non produits par CLD, dans leur version électronique finale. Il sert aussi à déposer les fichiers sources de tous les documents imprimés hors de l'atelier de CLD. HERMES est utilisé par les unités du Siège, ainsi que par les bureaux hors Siège, centres et instituts.

HERMES permet de transférer un fichier pdf pour chaque version linguistique d'un document et un maximum de 10 fichiers sources (Xpress, Word, Excel, fichiers Zip, etc.).

Chaque fichier pdf soumis via HERMES doit comprendre les éléments suivants :

- le logo de l'UNESCO ;
- la référence (cote des documents officiels, numéro ISBN pour les livres ou ISSN pour les périodiques) ;
- l'année de publication ;
- l'indication de la langue de l'original (le cas échéant) ;
- le titre.

Si le titre est dans une langue autre que l'anglais, le français, l'espagnol, le portugais ou l'allemand, veuillez fournir des indications supplémentaires sur le document envoyé (auteurs, sujet, lien éventuel avec une conférence, traduction du titre dans une langue connue des spécialistes du catalogage de la Bibliothèque). Pour toute question à ce sujet, contactez [unesdoc@unesco.org](mailto:unesdoc@unesco.org).

Un courriel contenant l'URL de la publication vous sera envoyé dès que celle-ci sera accessible en ligne sur UNESDOC/UNESBIB.

Les fiches provisoires saisies dans UNESDOC via HERMES ne contiennent pas encore les données relatives à la classification par sujet – celles-ci seront ajoutées un peu plus tard par les classificateurs de la Bibliothèque. Il n'est donc pas possible de retrouver les publications ou documents récemment saisis dans UNESDOC au moyen des balises sujets ; seuls peuvent être utilisés les identifiants de base tels que le titre ou le numéro ISBN.

### Qu'est-ce qu'UNESDOC ? Est-ce la même chose qu'UNESBIB ?

UNESDOC/UNESBIB est un catalogue intégré des publications et documents de l'UNESCO et d'autres provenances détenus par la Bibliothèque de l'UNESCO.

UNESBIB est le catalogue général en ligne de la Bibliothèque, constitué depuis 1972.

UNESDOC est une base de données comportant exclusivement les documents et publications de l'UNESCO, que le Centre d'échange d'informations a rattaché à UNESBIB en 1998. Au 22 avril 2008, la base contenait les fiches de 94 106 titres de l'UNESCO et de 38 334 titres d'autres provenances.

UNESDOC peut être consulté à l'adresse suivante : <http://unesdoc.unesco.org/>

Version en cours  
de révision

## 4.2 Archivage

### **Outils et documents pertinents**

- Site Web des Archives de l'UNESCO : <http://www.unesco.org/archives/>
- Site Intranet de gestion des fichiers UNESCO : <http://recman.hq.int.unesco.org/>
- Manuel en gestion de dossiers de l'UNESCO :  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001610/161073f.pdf>
- Archives électroniques RISS (recherche et restitution des fichiers électroniques, tels que courriels et documents électroniques) :  
<http://hqarchive1.hq.int.unesco.org/common/restricted/>
- Base de données RECMAN (recherche et restitution de fichiers sur papier) :  
<http://recman.hq.int.unesco.org/Recman/basic.htm>
- Archives du portail de l'UNESCO :  
[http://recman.hq.int.unesco.org/recman/portal\\_archives.htm](http://recman.hq.int.unesco.org/recman/portal_archives.htm)

Des exemplaires de toutes les publications de l'UNESCO doivent être envoyés aux Archives et à la Bibliothèque. Votre travail fait partie de l'histoire de l'UNESCO : ne l'en privez pas !

Les règles de gestion des fichiers et archives de l'UNESCO s'appliquent à toutes les publications de l'Organisation, quels qu'en soient le type (texte ou document audiovisuel, analogique ou numérique) et le support (papier, CD-ROM, DVD, etc.), qui ont été créées par les membres du Secrétariat au Siège et dans les bureaux hors Siège, centres et instituts.

### **Conservation centralisée des archives et accès en ligne**

Aux fins de la conservation, envoyez un exemplaire papier de chaque publication (ou document officiel de l'UNESCO) à l'Unité des archives et gestion de dossiers. La version électronique de la publication ou du document officiel doit être transférée sur UNESDOC (voir la section précédente).

Il convient d'envoyer également deux exemplaires à la Bibliothèque.

### **Documents papier se rapportant à la publication**

Conservez les documents papier dans un dossier sur lequel seront indiqués le sigle de l'unité, un titre clair et complet et les années concernées. Un dossier relatif à une publication de l'UNESCO doit contenir :

- le courrier papier reçu et envoyé qui se rapporte à la planification, à l'établissement des contrats ainsi qu'à la finalisation, la publication et la diffusion de la publication ;
- une copie de tous les contrats relatifs à la planification, la rédaction, la finalisation, la publication et la diffusion de la publication ;
- le premier projet de manuscrit et le texte final portant les visas.

### **Correspondance électronique (courriels) se rapportant à la publication**

Classez par sujet tous les courriels pertinents relatifs à la planification, l'établissement des contrats, la rédaction, la finalisation, la publication et la diffusion dans des fichiers que vous placerez dans les dossiers Outlook publics de l'unité concernée. Ces dossiers servent à partager, classer et archiver toute la correspondance électronique de l'Organisation. Tous les courriels placés dans les dossiers publics sont archivés dans RISS et conservés pendant au moins 10 ans.

### **Documents électroniques se rapportant à une publication (ou à un document officiel de l'UNESCO)**

Classez par sujet tous les documents pertinents relatifs à la planification, l'établissement des contrats, et la rédaction, la finalisation, la publication et la diffusion de la publication ou du document officiel de l'UNESCO, y compris les fichiers sources finals dans des fichiers thématiques placés sur le disque partagé de l'unité concernée (Disque U:). Tous les documents placés sur le serveur de fichiers partagé (Disque U:) sont archivés dans RISS et conservés pendant au moins 10 ans.

### **Périodes de conservation des fichiers se rapportant aux publications de l'UNESCO**

- 1) Version finale :
  - Un exemplaire de la version imprimée sur papier  
= conservation illimitée (archives)
  - Une copie de la version électronique  
= conservation illimitée (UNESDOC)
- 2) Projets de publications imprimées de l'UNESCO :
  - Premier projet de la publication, s'il résulte d'un contrat  
= conservation illimitée
  - Texte final d'une publication de l'UNESCO portant les visas  
= conservation illimitée
  - Version électronique du texte final/fichier(s) source(s)  
= conservation illimitée (UNESDOC)
  - Tous les autres projets et manuscrits  
= deux ans à compter de la date de publication
- 3) Correspondance, par courrier électronique ou sur papier, relative à la planification, l'établissement du contrat, la rédaction, la finalisation, la publication et la diffusion  
= conservation illimitée.

### **Contrats d'auteur**

Vous avez déjà envoyé le projet de contrat à BPI/OPP/PUB pour validation. Une fois que cela a été fait et que le contrat est finalisé, assurez-vous que BPI/OPP/PUB en reçoit une copie.

### **Recherche et localisation des documents archivés**

Vous pouvez, sur demande, consulter l'exemplaire papier des publications (et documents officiels) de l'UNESCO dans la salle de lecture des Archives.

Des exemplaires destinés aux prêts et à la consultation sont également disponibles à la Bibliothèque.

La copie électronique des publications (et des documents officiels) de l'UNESCO peut être recherchée et consultée sur UNESDOC à l'adresse suivante : <http://unesdoc.unesco.org/>

Si vous souhaitez retrouver des informations concernant l'élaboration de la publication, les fichiers archivés relatifs à la correspondance peuvent être recherchés via RECMAN à l'adresse suivante : <http://recman.hq.int.unesco.org/recman/basic.htm> et consultés par le personnel de l'unité concernée dans la salle de lecture des Archives. Les courriels archivés conservés dans les dossiers Outlook publics et les documents électroniques présents sur les disques partagés peuvent être recherchés et consultés par le personnel de l'unité concernée à l'adresse suivante : <http://hqarchive1.hq.int.unesco.org/common/restricted/>

## Promotion et visibilité

N'attendez pas que les ouvrages vous soient livrés pour réfléchir à la manière de les promouvoir. Il faut penser à la promotion à chaque stade du processus de publication.

Voici les principales étapes de la promotion d'une publication :

- élaborer une stratégie de promotion pendant la phase de planification de la publication ;
- réserver un budget (avec l'accord du Directeur de la Division et de l'attaché d'administration) ;
- concevoir, rédiger et produire les matériels promotionnels ;
- mener des actions de communication :
  - diffuser l'information par le biais de vos réseaux, bulletins, etc.,
  - organiser des manifestations (ou mettre à profit des manifestations appropriées),
  - contacter la presse.

Le présent chapitre explique chacune de ses étapes de manière plus détaillée.

Version en cours  
de révision

## Liste de vérification

# Promotion et visibilité

*Vérification à faire à chacune des phases du processus de publication.*

### **Avant le lancement**

1. Une stratégie de promotion a-t-elle été élaborée ?
2. La date de lancement est-elle arrêtée ?
3. Le budget est-il alloué ?
4. Un titre définitif a-t-il été retenu ?
5. La couverture est-elle finalisée ?
6. La conception des matériels promotionnels est-elle achevée ?
7. Les matériels promotionnels ont-ils été rédigés ?
8. Ont-ils été finalisés ?
9. Des actions de communication sont-elles en cours ?

### **Après le lancement**

10. Des exemplaires de la publication ont-ils été envoyés aux médias et à vos partenaires pour promotion et commentaires ?
11. 3. De nouvelles possibilités de promotion ont-elles été identifiées ?

Version en cours  
de révision

## Qui fait quoi ?

### Publication distribuée gratuitement

#### **Le spécialiste du programme**

- Contribue à la stratégie de promotion.
- Rédige les matériels promotionnels.

#### **Le responsable des publications**

- S'assure que la promotion de l'ouvrage figure dans la stratégie de communication globale de la division et du secteur.
- Contribue à la stratégie de promotion.
- Finalise les matériels promotionnels.
- Prend en charge les relations avec la presse et la communication en général.

#### **Le Directeur de la Division**

- Approuve la stratégie de communication sur la base des informations fournies par le spécialiste du programme, le responsable des publications et la CIP.
- Valide les matériels promotionnels.

### Publication destinée à la vente

#### **BPI/OPP/PUB**

- Rédaction et production des matériels promotionnels.
- Relations avec la presse et communication en général.
- Contacts avec les distributeurs.
- Liaison avec les coéditeurs (dans le cas d'un partenariat).

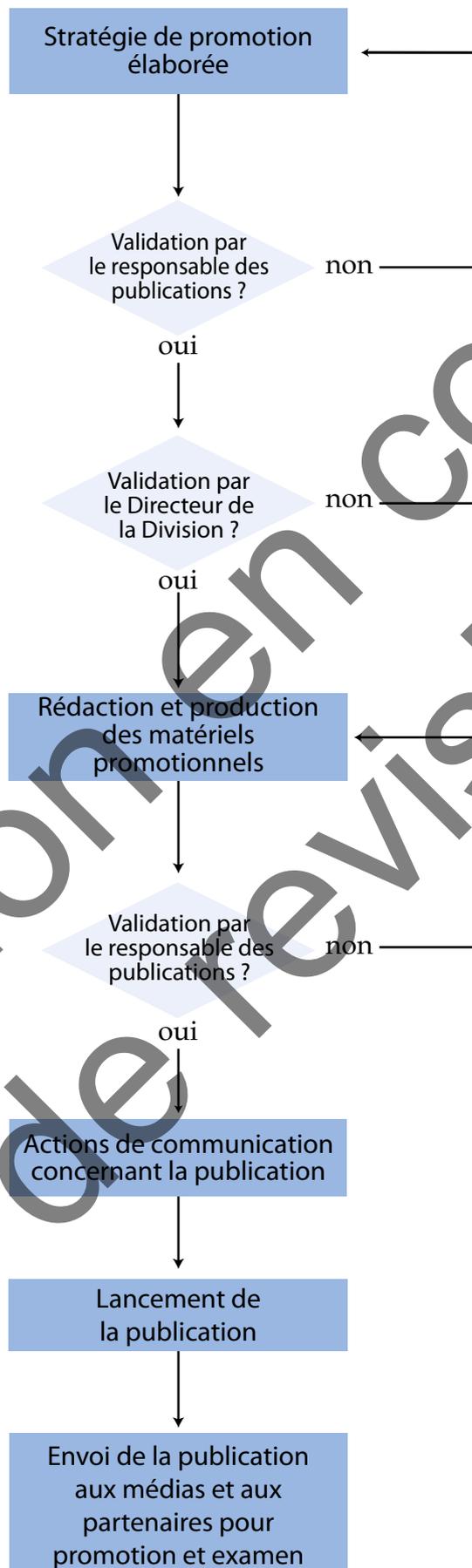
#### **Le Secteur (spécialiste du programme, responsable des publications, Directeur de la division)**

- Contribue à la stratégie de promotion.
- Fournit des informations sur le sujet traité, le public visé et les manifestations pertinentes à venir.

#### **Coédition : qui est responsable de la promotion ?**

Dans le cas d'une coédition, BPI conjugue ses efforts à ceux du coéditeur. Nous ne devons cependant pas communiquer à ce dernier des informations concernant nos listes de distribution par exemple, qui pourraient compromettre nos ventes.

## Promotion et visibilité



## 5.1 La stratégie de promotion

L'adoption d'une stratégie n'est qu'un premier pas. Le plus important est de savoir comment toucher le public visé.

### Élaborer une stratégie

Réfléchissez à la manière dont vous pourriez promouvoir la publication en amont, pendant la phase de planification. Surtout, ne vous lancez dans une campagne ambitieuse et coûteuse que si elle apparaît justifiée.

Déterminez les moyens de communication que vous pouvez utiliser pour toucher votre public. Celui-ci dispose-t-il d'un accès adéquat à l'Internet ? D'un système postal efficace ?

Tenez compte des manifestations à venir au moment de décider de la date de publication. Voyez s'il existe des possibilités de faire coïncider le lancement avec une réunion, une convention, un sommet ou une conférence sur le même thème. Demandez au responsable des publications de vous fournir le plan de communication du secteur pour repérer les manifestations pertinentes.

L'auteur dispose-t-il de réseaux qui pourraient être utiles ? Se prêterait-il à des interviews (et est-il convaincant dans cet exercice) ? (Voir la section 2.1 : « Sélection des auteurs »). Il est bon d'y penser au moment de choisir l'auteur. Si votre auteur est peu connu et/ou ne sait pas communiquer avec les médias, peut-être pouvez-vous demander à une personnalité plus connue de préfacer l'ouvrage afin de bénéficier de sa réputation et de son soutien.

### Financer votre stratégie

Soyez dès le départ réaliste en ce qui concerne les ressources à votre disposition. Les coûts de la promotion doivent être pris en compte dans le budget de la publication.

Voir les exemples ci-après (coûts approximatifs au mois d'août 2008) :

- Conception d'un prospectus en couleur : 280 euros au format A5 ;
- Impression du prospectus : environ 200 euros pour 1000 exemplaires ;
- Envoi du prospectus : vérifiez les tarifs postaux auprès du service du courrier ;
- Envoi de publications à des journalistes : comptabilisez les frais postaux ;
- Encart publicitaire : tarifs en fonction de la taille et de la place de l'encart, de la diffusion du média et de la fréquence de publication. Vérifiez les tarifs auprès de cabinets de relations publiques ou directement auprès du service des annonces publicitaires du média concerné. Pour une publicité sur le Web, de type lien sponsorisé, informez-vous des tarifs.

Enfin, au moment de mettre la publication sous presse, n'oubliez pas de prévoir un certain nombre d'exemplaires pour la presse ou vos partenaires.

### Respectez les délais !

Si vous la publication n'est pas lancée à la date que vous aviez annoncée, elle en souffrira.

## 5.2 *Élaboration des matériels promotionnels*

Veillez à ce que tous les textes soient clairs et concis et aillent à l'essentiel. La maquette doit mettre visuellement en valeur votre message et éveiller l'intérêt du public visé sans le détourner du texte.

### *Optimisation du contenu et de la présentation du livre*

Au moment d'éditer le texte de la publication, vous vous êtes assuré de sa lisibilité et de sa clarté (voir les sections 2.4 : « Édition du contenu » et 3.1 : « Préparation du manuscrit pour l'impression »).

Ce peut être aussi l'occasion de relever les extraits, tableaux et/ou illustrations qui pourraient retenir l'attention des journalistes, des libraires, des distributeurs et de vos lecteurs potentiels. La page de couverture peut servir elle aussi à des fins de promotion.

Décidez du titre définitif de la publication à ce stade. Il doit donner une idée générale du contenu. Un sous-titre peut le compléter utilement, mais n'oubliez pas que c'est le titre principal que retiendront la plupart des bases de données, librairies et bibliothèques. Il faut donc qu'il renseigne sur les idées forces de la publication.

La couverture doit elle aussi mettre visuellement en relief certains éléments (thèmes, auteurs, emblèmes de l'UNESCO et de ses partenaires). Sa conception doit être en accord avec l'identité visuelle de l'ensemble des matériels promotionnels.

### *Conception, élaboration et production des matériels promotionnels*

Rédigez un descriptif de la publication ou un court paragraphe de présentation : c'est un important moyen de faire connaître le projet. Ce texte doit être concis, convaincant et de lecture aisée. Demandez à l'auteur de vous soumettre un avant-projet et adaptez-le selon vos besoins. Le descriptif peut être repris sur des prospectus, dans des brochures, sur le Web et dans d'autres médias.

Les prospectus (au format A4 ou plus petit) sont conçus pour donner au public un aperçu de la publication avant son lancement. Peuvent y figurer :

- un chapeau ;
- un descriptif (un seul paragraphe ou des puces, avec une police de grande taille, très lisible) ;
- la liste des auteurs, partenaires et/ou collaborateurs ;
- des renseignements biographiques sur le (ou les) auteur(s) ;
- la table des matières ;
- la page de couverture ;
- ou des extraits de l'ouvrage.

Un bon prospectus est aéré et se comprend du premier coup d'œil. Il peut être imprimé en couleur ou simplement sur du papier coloré. Il doit faire ressortir visuellement votre message sans jamais détourner (ou distraire) l'attention du texte. Proposez-le lors de réunions, glissez-le dans les pages d'autres publications ou donnez-le aux attachés de presse et à vos partenaires qui s'occupent de la diffusion.

### **Instituts et bureaux hors Siège**

Pensez à envoyer votre matériel promotionnel à BPI/OPP/PUB trois mois au moins avant le lancement de votre publication si celle-ci doit être distribuée par les Éditions de l'UNESCO.

## 5.3 Faire connaître la publication

Choisissez l'outil de communication qui vous rapproche le plus du public que vous souhaitez toucher. La promotion de la plupart des publications de l'UNESCO s'appuie sur les réseaux plus que sur des campagnes dans les médias de grande diffusion.

### Cherchez des caisses de résonance

Qui peut donner de l'écho à votre ouvrage une fois celui-ci publié ? Identifiez les leaders d'opinion dans le domaine pertinent capables d'amplifier la campagne de promotion de votre publication.

### Publicité

Achetez des espaces publicitaires ou négociez-en l'octroi à titre gracieux dans des médias pertinents.

- Faites-y figurer un coupon de commande détachable portant un code de façon à connaître la source de l'acheteur intéressé par le sujet.
- Informez-vous auprès du distributeur et/ou du bureau hors Siège des filières pertinentes dans la région concernée.
- Demandez à BPI/OPP/PUB s'il est possible d'insérer une publicité dans l'une des revues publiées par l'UNESCO (*Museum International*, *Patrimoine mondial*, etc.).

### Bulletins et lettres d'information

Contactez la personne responsable du ou des bulletins ou lettres d'information de votre secteur en vue de l'insertion d'un article ou d'une annonce propre à faire connaître le lancement ou le projet. Informez-vous auprès de la rédaction du *Courrier de l'UNESCO* des thèmes à venir afin de déterminer si votre publication pourrait y être mentionnée.

Gardez à l'esprit les délais de publication dans les lettres d'information et bulletins.

### Web

Utilisez le site Web de l'UNESCO et les sites connexes ainsi que ceux de vos partenaires pour promouvoir la publication, dans un titre ou une brève. Évitez d'annoncer le document trop tôt, en particulier si la date de lancement risque d'être modifiée. Restez attentif aux possibles synergies avec d'autres secteurs et partenaires, et vérifiez s'il serait bon de consacrer un titre à ce lancement sur la page d'accueil du site Web de l'UNESCO.

Si votre publication est de catégorie 1 (destinée exclusivement à la vente), n'en proposez pas une version électronique gratuite sur le Web.

### Réunions et autres manifestations

Les réunions et autres manifestations sur des thèmes pertinents offrent des possibilités d'appeler l'attention sur votre publication. Ne vous contentez pas de la proposer sur un étalage lors de telles manifestations. Les participants en saisissent distraitemment un exemplaire, qu'ils jettent bien souvent dans une corbeille de la salle d'embarquement à l'aéroport. Faites en sorte que vos ouvrages se retrouvent que dans les mains de personnes réellement intéressées (s'ils sont gratuits, par exemple, ne les donnez qu'à celles qui en font la demande). Demandez à votre responsable des publications de vous informer des réunions et manifestations pertinentes.

### Listes de distribution (pour l'envoi d'un prospectus électronique)

Créez une liste de distribution en vue d'annoncer la publication. Vous trouverez sur l'Intranet bon nombre d'adresses :

- ONG et fondations (voir les pages d'ERC) ;
- listes de distribution des lettres d'information et bulletins des secteurs ;
- Chaires UNESCO ;
- Réseau du système des Écoles associées ;
- associations d'enseignants et autres associations professionnelles ;
- associations d'étudiants ;
- listes de bibliothèques.

## **Pensez-y : le tirage et les stocks !**

Assurez-vous que vous avez prévu des stocks suffisants pour distribuer des exemplaires à des fins de promotion et pour répondre à la demande.

### ***Lancement officiel (avec BPI/EPR)***

Si le responsable des publications et le Directeur de votre Division conviennent que votre publication est de nature à intéresser les médias grand public, contactez la personne qui est responsable de votre secteur à BPI/EPR. Vous devez le faire environ trois mois avant la date de publication prévue. BPI/EPR déterminera s'il y a lieu d'organiser un lancement officiel. Dans l'affirmative, le Bureau vous aidera, vous et le responsable des publications, à constituer un dossier de presse, et vous demandera de lui communiquer les noms de personnes susceptibles d'être interviewées. Il pourra aussi organiser une conférence de presse et/ou un débat.

### ***La presse***

#### ***Publications gratuites***

Dans le cas d'une publication destinée à être distribuée gratuitement, le responsable des publications de votre secteur devra tenir à jour un dossier (organisé par langue) sur tous les médias et revues du monde entier qui traitent des thèmes correspondant aux activités de votre secteur. Vous pouvez aussi demander aux bureaux hors Siège de vous indiquer les médias régionaux qu'il conviendrait de tenir informés de vos publications et de leur lancement. Vous pourrez envoyer les publications elles-mêmes à ceux d'entre eux qui se montrent intéressés.

Évitez cependant de prendre contact avec des médias avant d'avoir consulté votre responsable des publications. Inonder la presse de matériels peu adaptés pourrait aller à l'encontre du but recherché, en « noyant » d'autres informations plus dignes d'intérêt.

#### ***Publications destinées à la vente***

Dans le cas d'un ouvrage commercialisé par BPI, les relations avec la presse sont prises en charge par la personne responsable de la promotion des publications.

#### ***Coéditions***

S'agissant d'une coédition, la personne chargée de la promotion au sein de BPI/OPP/PUB prend contact avec le service de promotion du coéditeur plusieurs mois avant la date de publication afin de coordonner les stratégies.

### ***Partenariats avec les médias***

Les partenariats avec les médias peuvent prendre différentes formes. Dans le cas, par exemple, d'un livre pour enfants, vous pourriez organiser un concours dans un magazine destiné à ce public, sous la forme d'un dossier spécial contenant des questions conçues pour des tranches d'âge ou classes particulières, les prix à gagner pouvant être des kits ou manuels d'apprentissage.

### **Mise à contribution des réseaux de partenaires**

Si votre publication a été produite en partenariat avec une université, une ONG ou une organisation intergouvernementale, il peut être bénéfique de joindre vos efforts pour la promouvoir. S'agissant des universités, vérifiez si votre publication ne devrait pas figurer sur des listes d'ouvrages à lire.

### **Vitrines d'exposition**

Des vitrines, et notamment celle de la librairie de l'UNESCO, permettent de faire connaître vos publications au personnel de l'Organisation et aux visiteurs. Parlez-en avec les responsables de la librairie.

### **Après la publication de l'ouvrage**

Surveillez dans la presse les titres, articles ou comptes rendus de manifestations afin de repérer les occasions de promouvoir la publication (par exemple les manifestations sportives internationales si l'ouvrage porte sur le dopage, ou les événements provoquant des tensions internationales s'il traite de la paix et des négociations...).

Conservez les articles consacrés à votre publication (voir le chapitre 7 : « Évaluer l'impact ») et utilisez des extraits pour continuer de la promouvoir (sur le site Web, au dos de la couverture d'une réimpression...).

Version en cours  
de révision

## Diffusion et gestion des stocks

La diffusion est un élément fondamental de tout projet de publication. Quels que soient les mérites de l'ouvrage, si celui-ci n'est pas distribué par des réseaux appropriés, personne ne le lira.

Vous devez réfléchir à la diffusion dès la phase de planification, c'est-à-dire au moment de déterminer quels sont vos objectifs et le public que vous souhaitez toucher. Mettez en balance les besoins de ce public et les ressources dont vous disposez. Voir le chapitre 1 : « Planification et gestion des projets ».

Un document pdf publié en ligne coûte, certes, moins cher qu'une publication tirée à 2 000 exemplaires qu'il faut imprimer et expédier. Cependant, si la majeure partie du public visé n'a pas accès à l'Internet, vos efforts auront été vains.

Ayez à l'esprit toutes vos listes de distribution, ainsi que les exemplaires nécessaires pour assurer la promotion, lorsque vous calculez les tirages. Demandez à BPI combien il faut prévoir d'exemplaires pour la « distribution gratuite statutaire ». Informez-vous auprès de votre responsable des publications pour connaître les éventuelles listes de publipostage obligatoires ou recommandées qui concernent votre secteur ou votre division, que la publication soit destinée à la vente ou distribuée gratuitement.

La nature de la publication dépendra aussi du mode de diffusion retenu. Le processus de publication sera manifestement différent selon que vous déciderez de publier l'ouvrage par voie électronique ou sous forme imprimée. De même, un document pdf publié en ligne ne sera pas produit de la même façon qu'un CD-ROM.

## Liste de vérification

# Diffusion et gestion des stocks

*Vérifications à faire dès la phase de planification*

### **Avant le lancement**

1. La stratégie de diffusion et le tirage sont-ils arrêtés ?
2. Le budget de diffusion est-il alloué ?
3. Nom de la personne responsable de la diffusion du manuscrit une fois celui-ci publié ?  
Indiquez son adresse e-mail et son numéro de téléphone de bureau.

### **Après le lancement**

4. Le secteur a-t-il reçu livraison des stocks et les a-t-il entreposés ?
5. La publication a-t-elle été envoyée aux destinataires figurant sur la liste de distribution approuvée par le secteur ?
6. La publication est-elle disponible en ligne (si elle est distribuée gratuitement) ?

### **Promotion**

Des actions de communication sont-elles en cours ?

La publication a-t-elle été envoyée aux médias grand public et aux revues spécialisés ?

## Qui fait quoi ?

### **Le spécialiste du programme et le responsable des publications**

- Collabore à l'élaboration et à la mise en œuvre de la stratégie de diffusion du secteur pour les publications gratuites et destinées à la vente, y compris en ce qui concerne le tirage.

### **Le Directeur de la Division**

- Valide la stratégie de diffusion.
- Valide la stratégie de diffusion d'éventuels surplus.

### **Le responsable des publications**

- Assure la gestion des stocks du secteur et la diffusion effective des publications gratuites du secteur.

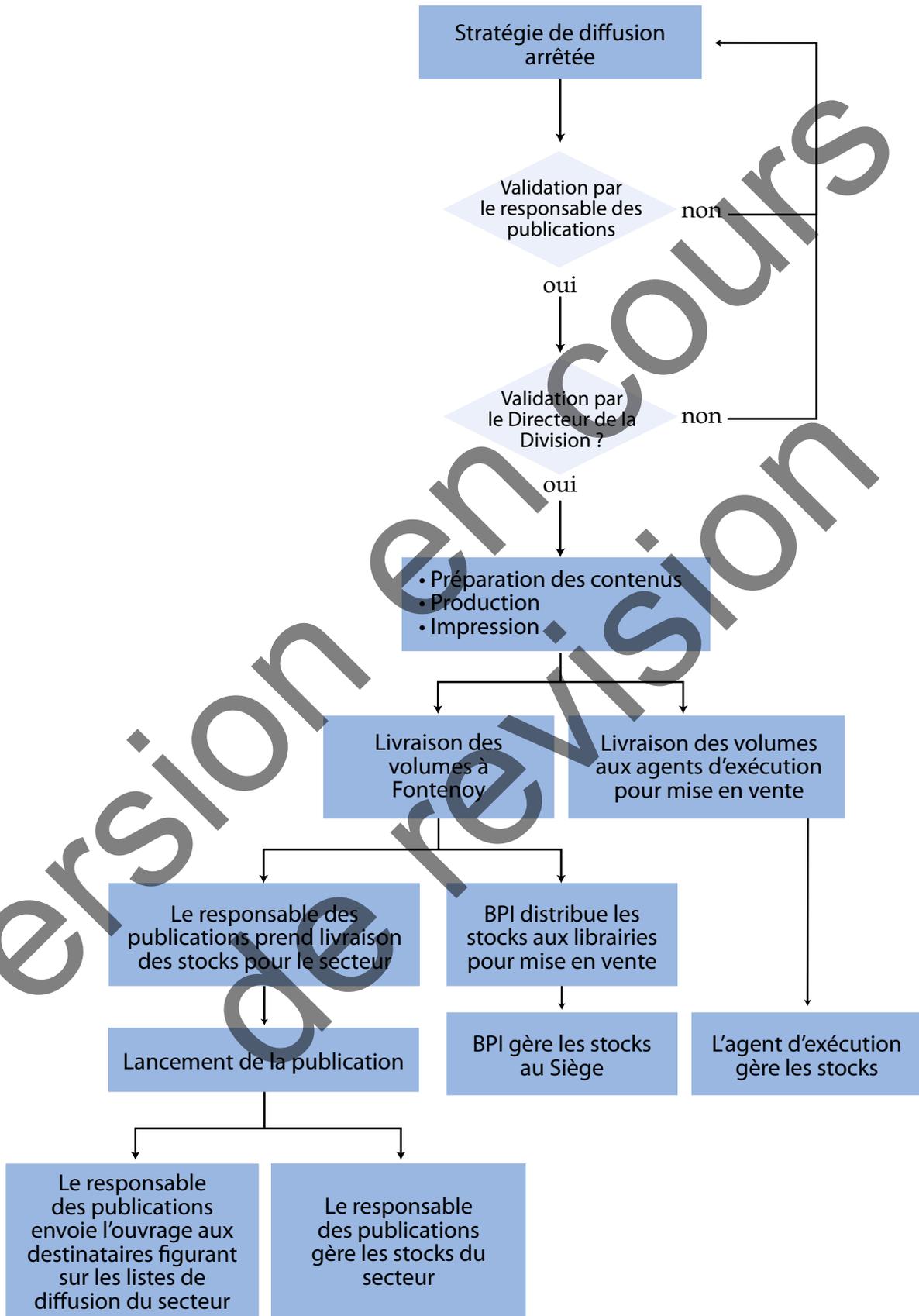
### **BPI/OPP/PUB**

- Évalue chaque projet de publication en vue de déterminer s'il est commercialement viable, et, si oui, combien d'exemplaires il convient d'imprimer pour la vente.
- Gère les ventes.
- Prend en charge l'envoi postal des exemplaires réservés pour la distribution gratuite statutaire et les coûts y afférents, mais l'impression de ces exemplaires est à la charge du secteur.
- Approuve tout projet de recyclage des publications.

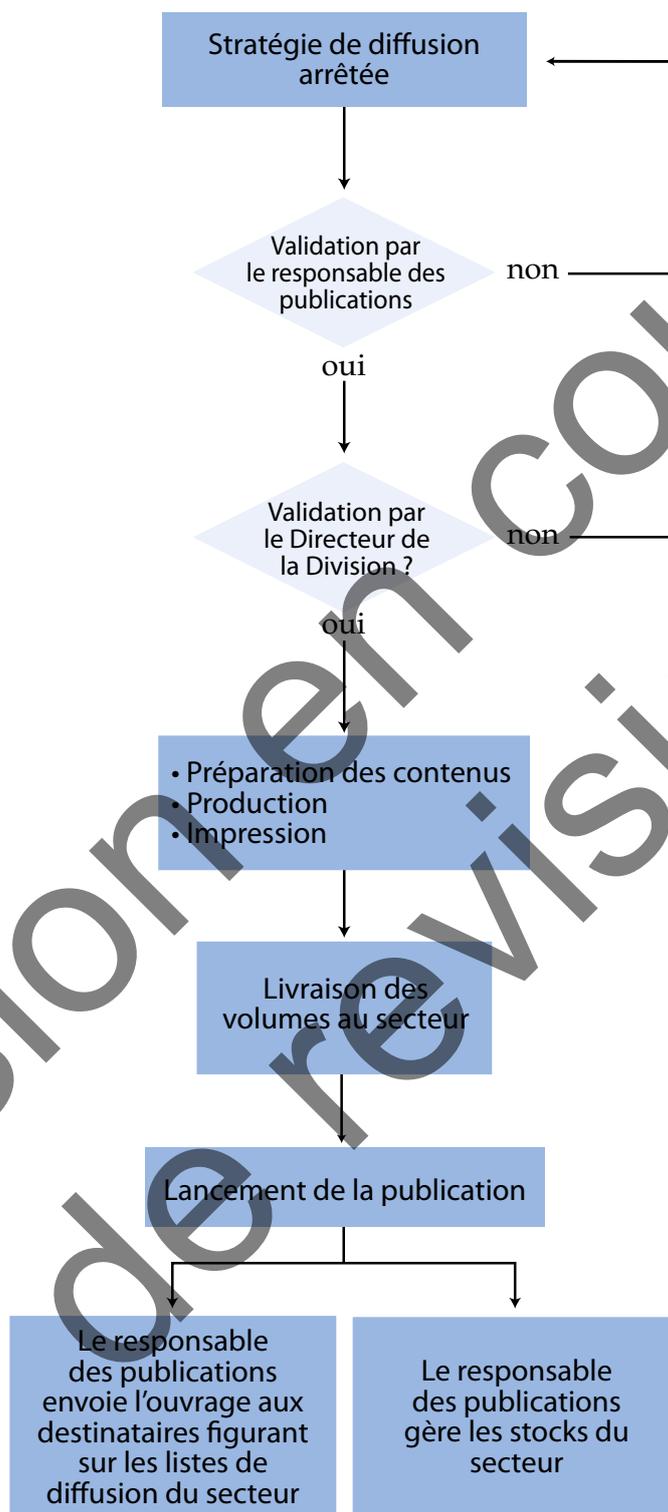
### **Coédition : qui est responsable de la diffusion ?**

- BPI et le coéditeur conviennent par voie de contrat de leurs tirages et réseaux de distribution respectifs.
- Tous les coéditeurs sont censés présenter des relevés annuels de distribution et de ventes à la date anniversaire de l'accord.

## Phase de la diffusion et de la gestion des stocks (publications destinées à la vente)



## Phase de la diffusion et de la gestion des stocks (publications distribuées gratuitement)



## 6.1 Mode de diffusion et coûts

Définissez le mode de diffusion et calculez les coûts le plus tôt possible. Soyez prêt toutefois à affiner l'estimation initiale au fur et à mesure de l'avancement du projet.

### Mode de diffusion

Définissez le mode de diffusion au stade de la planification. Prévoyez-vous de diffuser principalement la publication sous forme imprimée ou sur le Web ? Le CD-ROM est une autre option, mais mieux vaut créer de toutes pièces un CD-ROM bien conçu que se contenter de rassembler de simples fichiers pdf.

Le mode de diffusion doit être sélectionné en fonction des besoins de votre public cible. Dans la pratique, vous devrez faire des compromis selon les ressources disponibles.

### Coûts de diffusion

Il est naturellement moins cher de diffuser une publication par voie électronique (s'agissant de fichiers pdf) que sous forme imprimée. Lorsque vous calculez les coûts de diffusion d'une publication imprimée, tenez compte des éléments suivants :

- les coûts d'impression, lesquels dépendent :
  - du nombre d'exemplaires (plus le tirage est fort, plus le coût unitaire baisse),
  - du nombre de couleurs (polychromie, bichromie ou noir),
  - de l'épaisseur et de la qualité du papier,
  - du type de reliure,
  - du calandrage éventuel du papier,
  - de la technique d'impression : offset ou laser ;
- les coûts postaux, qui varient selon :
  - le poids de la publication,
  - le nombre d'exemplaires,
  - les destinations,
  - le moyen d'acheminement (courrier urgent, etc.).

Pour les CD-ROM, vous devez calculer le coût de la gravure, ainsi que de l'impression de tout élément accessoire (pochette ou boîtier, livret, etc.). Les frais postaux sont bien moins élevés pour un CD-ROM que pour le livre correspondant. Le stockage des CD-ROM est également plus aisé.

Pensez à comptabiliser les ressources humaines nécessaires pour que la publication touche les personnes à qui elle est destinée. Même une publication électronique doit faire l'objet d'une diffusion ciblée, ce qui demande du temps et des recherches.

Comme il a été dit plus haut, n'oubliez pas que, dans le cas d'une publication destinée à la vente, l'impression des exemplaires pour distribution gratuite statutaire est à la charge du secteur. Néanmoins, BPI/OPP/PUB paie les frais postaux et prend en charge la diffusion elle-même (voir section suivante).

## 6.2 Où vont les publications ?

### **Outils et documents pertinents**

- Appendice 8 : Distribution gratuite statutaire

Veillez à bien planifier la diffusion, en tenant compte des listes de distribution statutaires

Votre stratégie de diffusion doit tenir compte non seulement des catégories de lecteurs et des quantités, mais aussi des échéances. Combien d'exemplaires comptez-vous diffuser immédiatement, et combien allez-vous stocker pour diffusion ultérieure ?

### **Ventes et distribution gratuite statutaire**

Les publications destinées à la vente qui sont produites au Siège sont commercialisées par BPI/OPP/PUB, seul ou en conjonction avec un coéditeur.

En outre, ces publications sont distribuées gratuitement aux délégations, commissions nationales et autres bénéficiaires institutionnels figurant sur des listes dites de « distribution gratuite statutaire ». Ces listes sont au nombre de deux, l'une plus complète que l'autre. BPI/OPP/PUB décide de concert avec le secteur de la liste la plus appropriée, selon la nature et le contenu de la publication.

### **Instituts et bureaux hors Siège**

Si vous travaillez dans l'un des instituts ou bureau hors Siège de l'UNESCO, les ventes peuvent être aussi directement effectuées par vos soins. Vérifiez auprès de votre responsable des publications si l'ouvrage sera également proposé à la vente au Siège, et si vous devez fournir des exemplaires pour distribution gratuite statutaire.

### **Distribution gratuite par le secteur**

Certains secteurs et/ou divisions doivent se conformer à des listes de distribution obligatoires, gratuites ou commerciales. C'est ainsi que la Commission océanographique intergouvernementale (COI) envoie des exemplaires de ses publications aux États qui en sont membres. Vérifiez auprès de votre responsable des publications l'existence de listes de distribution obligatoires et leur éventuel chevauchement avec les listes de distribution statutaires.

Le secteur recommande généralement d'envoyer des exemplaires à d'autres réseaux ne figurant pas sur la liste établie aux fins d'une publication. Discutez-en le plus tôt possible. Si la publication doit être également commercialisée, limitez la distribution gratuite de façon à ne pas compromettre les ventes.

Si la publication est distribuée gratuitement, faites en sorte qu'elle soit disponible en ligne. Pour cela, copiez le fichier sur UNESDOC (voir le chapitre 4 : « Catalogage et archivage ») et placez le lien sur le site Web de votre secteur. Ne transférez pas le fichier directement sur ce site. Vos partenaires voudront peut-être afficher eux aussi le lien sur leurs sites, mais ils doivent s'abstenir de charger le fichier pdf. Ainsi, l'UNESCO peut garder une trace des téléchargements et procéder aux mises à jour nécessaires.

## 6.3 Comment sont livrées les publications ?

Gérez vos stocks de manière efficace afin que chaque publication qui sort de presse parvienne sans heurts au lecteur.

### **Livraison**

Dans le cas d'une publication distribuée gratuitement, indiquez précisément à l'imprimeur où elle doit être livrée, assurez-vous que vous serez immédiatement informé de la livraison et transférez les volumes là où vous entreposez vos stocks aussi rapidement que possible.

Si la publication est destinée à la vente, l'imprimeur livre un certain nombre d'exemplaires à l'agent de l'UNESCO, qui les distribue directement et en fournit une certaine quantité à nos distributeurs locaux dans d'autres régions géographiques. Le restant rejoint les stocks de BPI, qui s'en sert pour alimenter la librairie de l'UNESCO et l'utilise à des fins de promotion.

### **Instituts et bureaux hors Siège**

Veillez à informer BPI/OPP/PUB deux mois avant les dates de livraison prévues de toute publication produite par votre service qui doit être diffusée par les Éditions de l'UNESCO.

BPI informe de la livraison le spécialiste du programme et le responsable des publications. Il vous incombe de prendre livraison des exemplaires du secteur dans un délai d'une semaine et de les entreposer avec vos autres stocks (et non dans le couloir devant votre bureau). Le responsable des publications informe par courriel BPI/OPP/PUB de la réception des exemplaires.

### **Diffusion et stocks**

Le responsable des publications s'assure que les exemplaires sont envoyés aux destinataires figurant sur les listes de distribution, ainsi qu'aux autres destinataires convenus dans le cadre de la stratégie de diffusion.

Tous les exemplaires doivent être comptabilisés ! Si vous n'avez pas accès à un système de gestion des stocks, utilisez un simple tableur ou un logiciel de gestion de bases de données pour garder la trace des exemplaires reçus et distribués. Cela est important à la fois pour vous assurer qu'il reste toujours un stock suffisant et pour produire des statistiques utiles. Le responsable des publications est chargé de la gestion des stocks.

### **Que faire des surplus ?**

Évitez d'accumuler des surplus. Si vos stocks sont pléthoriques, recherchez des solutions compatibles avec le mandat de l'UNESCO en matière de partage des connaissances.

Avant de détruire des ouvrages non distribués depuis un certain temps, il convient de prendre en considération toutes les autres solutions possibles, en particulier leur distribution gratuite et totale. Ces évaluations et décisions relèvent au premier chef des ADG, des directeurs des services centraux et des bureaux hors Siège et instituts responsables des publications concernées, et doivent être approuvées par DIR/BPI.

### **Accès en ligne**

Le responsable des publications doit aussi s'assurer que les publications gratuites sont disponibles en ligne (voir le chapitre 4 : « Catalogage et archivage »). Lorsqu'une publication déjà ancienne qui n'est pas accessible en ligne est fréquemment demandée, contactez ADM/DIT/ISS/CLH pour qu'elle soit mise en ligne.

### Conditions d'entreposage

Le local où sont entreposées les publications doit remplir les conditions de base suivantes :

- température avoisinant 18 °C (64 °F) et taux d'humidité de 55 % ;
- embrasure de porte suffisamment large pour un chariot de bureau (environ 1 mètre) ;
- serrure fermée par une clé dont il n'existe que trois exemplaires, une pour la personne responsable, une pour le bureau du Directeur et une pour l'AO ;
- des étagères en nombre suffisant et convenablement aménagées ;
- sol, entrée du local et allées dégagés ;
- présence d'extincteurs à l'intérieur et aux abords du local.

Version en cours  
de révision

## Évaluer l'impact

Vos publications sont-elles lues ? Si oui, le sont-elles par les personnes à qui elles étaient destinées ? Ces personnes agissent-elles à l'issue de leur lecture ? Comment vous en assurer ?

Nous avons besoin de savoir si nos publications produisent un impact, c'est-à-dire si nos objectifs sont atteints et si nous avons touché le public visé. Cela est important pour chaque projet particulier, mais aussi pour la politique générale de publication de l'UNESCO, qui fait l'objet d'évaluations à intervalles réguliers afin qu'il puisse être tenu compte de ce type de données.

Mesurer l'impact d'une publication demeure toutefois un exercice difficile pour lequel il reste beaucoup de progrès à faire. Les enquêtes sur les lecteurs et la presse ainsi que les statistiques relatives au nombre de téléchargements sont quelques-uns des moyens dont nous disposons pour évaluer l'impact de nos publications. Nous avons besoin de collecter des informations de types aussi différents que possible.

Il importe de se rappeler ce qui suit (voir le chapitre 1 : « Planification et gestion des projets ») :

- Pour mesurer si une publication a atteint ses objectifs et touché le public visé, il convient de définir initialement ces objectifs, ce public et les résultats escomptés avec précision.
- Dès la phase de planification, vous devez définir :
  - les indicateurs de performance que vous comptez utiliser pour mesurer l'impact de votre publication ;
  - des valeurs de référence, de sorte que vos objectifs soient réalistes et vos mesures significatives ;
  - des moyens de vérification (comment et où obtenir l'information requise).

Ces éléments correspondront généralement à ceux que vous aurez choisis pour mesurer l'impact global du projet.

- L'évaluation d'impact n'est pas une mince affaire, et nécessite des ressources à la fois financières et humaines. Vous devez également y réfléchir dès la genèse de votre projet.

## Liste de vérification

# Évaluation d'impact

*Vérification à faire dès la phase de planification*

### **Avant le lancement**

1. Les objectifs, publics visés et résultats escomptés ont-ils été définis et approuvés ?
2. Des indicateurs de performance (y compris valeurs de références) et des moyens de vérification ont-ils été sélectionnés et approuvés ?
3. Le budget a-t-il été approuvé et alloué ?

### **Après le lancement**

4. Des données ont-elles été collectées aux fins des indicateurs sélectionnés ?
5. Les données ont-elles été analysées ?
6. Le rapport a-t-il été transmis à BPI ?

Version en cours  
de révision

## Qui fait quoi ?

### **Le spécialiste du programme**

- Propose des indicateurs de performance, des valeurs de référence et des moyens de vérification aux fins d'évaluer le projet.
- Suit la collecte de l'information et l'analyse des indicateurs (y compris sous leurs aspects qualitatifs), une fois la publication imprimée et distribuée.

### **Le responsable des publications**

- Guide le choix des indicateurs de performance, des valeurs de référence et des moyens de vérification qui serviront à évaluer le projet.
- Inclut les indicateurs, les valeurs de référence et les moyens de vérification dans la liste de vérification de la publication, ainsi que toute autre information relative au projet.
- Établit une note de synthèse régulièrement mise à jour sur l'impact de la publication, pour discussion avec les spécialistes de programme, les directeurs et les ADG.
- Alerte le Directeur de la Division, l'ADG compétent et BPI en cas d'écart importants par rapport aux objectifs définis.

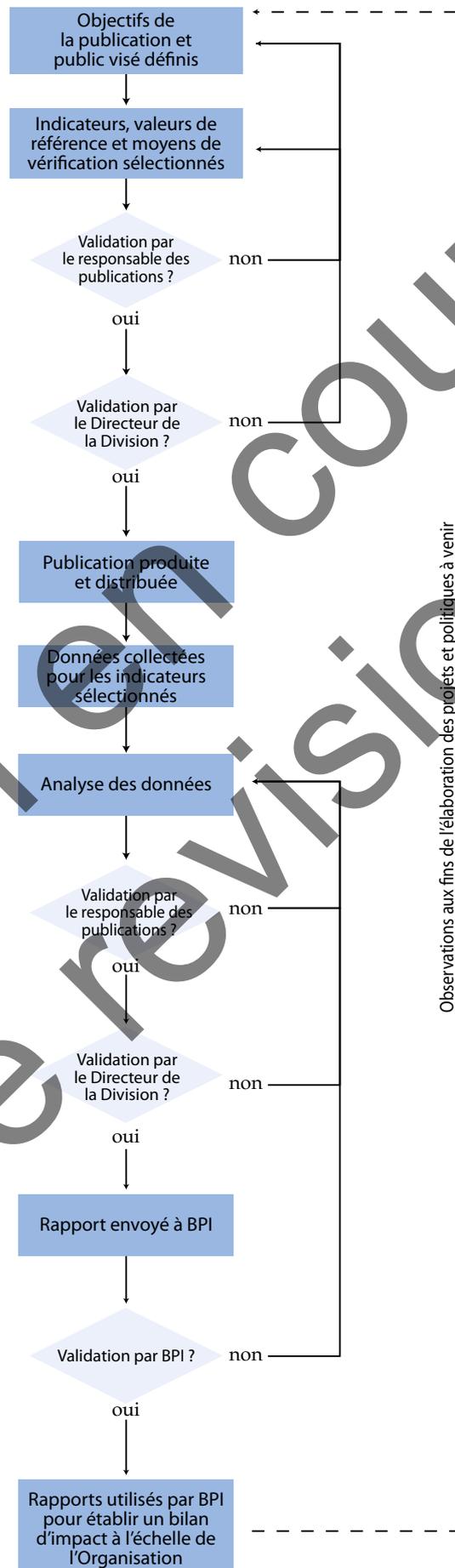
### **Le Directeur de la Division**

- Évalue les propositions eu égard à leur pertinence et leur coût.
- Ajuste la stratégie de promotion en cas d'écart importants par rapport aux objectifs définis.

### **BPI**

- Établit une note de synthèse régulièrement mise à jour sur l'impact de la publication du point de vue de l'ensemble de l'Organisation, pour soumission au CCIP.

## Cycle de l'évaluation d'impact



## 7.1 Indicateurs et impact

Oui, les indicateurs de performance sont importants.

Mais quelle est leur fonction ?

Les indicateurs de performance sont des mesures quantitatives qui vous permettent de produire des statistiques renseignant sur l'impact de votre projet. Il est cependant tout aussi important de considérer les aspects qualitatifs. Sans doute, « il n'y a pas de mauvaise publicité », mais si des centaines d'évaluations font apparaître des défaillances fondamentales dans votre travail, quelque chose ne va manifestement pas.

### **Objectifs et publics visés**

Vos indicateurs doivent être adaptés à vos objectifs et aux publics que vous voulez toucher. La « couverture dans les médias » ne sera probablement pas un bon indicateur pour un manuel spécialisé à l'usage des enseignants de physique, sauf si le débat fait rage sur la politique qu'il convient de mener dans ce domaine. Même dans ce cas, de nombreuses mentions dans les médias ne vous permettront pas de savoir si les enseignants utilisent le manuel de manière efficace ni si vos objectifs initiaux sont atteints.

En général, les indicateurs sont au mieux un moyen indirect de déterminer si les objectifs sont atteints. En combiner plusieurs de types différents peut aider à obtenir un tableau plus complet.

### **Ressources**

Pour mesurer l'impact, il faut des ressources. Il est bien sûr plus coûteux de commander une enquête sur les lecteurs auprès d'un cabinet d'études de marché que d'analyser les chiffres de vente. Mais le résultat sera aussi plus précis. Vous devez peser les avantages potentiels de ce surcroît de dépense. Quoi qu'il en soit, n'oubliez jamais que des ressources humaines vous sont nécessaires pour analyser les résultats et en tenir compte lors de planifications ultérieures.

### **Mettre à profit les partenariats**

Si votre publication est coéditée, ou produite dans le cadre d'un partenariat, vous serez sans doute à même d'exploiter certaines des ressources de votre partenaire pour appuyer vos propres efforts d'évaluation. Lisez attentivement les rapports de votre partenaire à la recherche de précieuses informations. Vous pourrez peut-être utiliser aussi ses réseaux pour connaître les réactions que votre publication a suscitées.

## 7.2 Types d'indicateurs et moyens de vérification

### *Outils et documents pertinents*

- Appendice 9 : Modèle d'enquête par sondage auprès des lecteurs

Pour mesurer l'impact de vos publications, vous pouvez combiner les mesures directes fondées sur l'information obtenue auprès de vos lecteurs, et des mesures indirectes, obtenues dans la presse et sur l'Internet.

Les indicateurs utilisés à l'UNESCO pour mesurer l'impact des publications (ainsi que d'autres activités) sont généralement les suivants :

- couverture dans les médias grand public ;
- couverture dans la presse spécialisée ;
- références dans des publications ou sur des sites Internet extérieurs ;
- ventes/abonnements ;
- nombre de pages visitées et de téléchargements effectués sur les sites Web ;
- observations recueillies auprès des publics visés ;
- demandes de renseignements ;
- offres ou demandes de coopération, de participation ou d'association à des partenariats.

Il existe bien sûr d'autres indicateurs, et les nouvelles technologies ne cessent de mettre en lumière des façons inédites de mesurer l'impact. Réfléchissez de manière créative aux possibilités encore inexploitées.

### *Couverture dans les médias grand public*

Le service de presse de l'UNESCO (BPI/EPR) dispose d'un service de surveillance de la presse, Meltwater News, qui permet d'obtenir des informations sur les manifestations et publications jouissant d'un grand retentissement, comme le Rapport mondial de suivi. Si vous travaillez déjà avec BPI/EPR en vue d'un lancement officiel, interrogez-les sur la possibilité d'obtenir une revue de presse détaillée. Si la publication n'est pas de nature à intéresser les médias grand public, donnez la priorité à d'autres moyens de mesurer l'impact.

Néanmoins, vous souhaitez peut-être vérifier vous-même sur l'Internet (à l'aide de Google, ou en vous rendant directement sur les sites des médias pertinents) l'écho que rencontre votre publication. (Voir plus loin de plus amples indications concernant l'Internet.)

### *Couverture dans la presse spécialisée*

Vous connaissez sans doute déjà les médias spécialisés dans votre domaine et vous avez probablement envoyé votre publication aux revues appropriées afin qu'elles en rendent compte (voir le chapitre 5 : « Promotion et visibilité »). Tenez-vous informé des comptes rendus parus dans ces revues et voyez ce qui y est dit. Ces comptes rendus sont beaucoup plus représentatifs de vos lecteurs que ceux de la presse grand public.

### *Références dans des publications ou sur des sites Internet extérieurs*

Plusieurs outils gratuits sont disponibles, notamment Google.

Faire une recherche sur le titre de la publication dans Google vous donnera une idée du nombre de sites qui la mentionnent d'une façon ou d'une autre. Vous pouvez aussi créer une alerte Google (<http://www.google.com/alerts>) afin de recevoir régulièrement par courriel un relevé tenu à jour des occurrences, soit sur l'ensemble de l'Internet, soit pour une catégorie donnée de nouvelles.

Google Scholar (<http://scholar.google.com/>) fournit des informations sur le nombre de fois que votre publication a été mentionnée dans la littérature, et sur les livres contenant ces mentions. Ce peut-être une intéressante mesure de sa crédibilité auprès des chercheurs, et de son public. Mais cela ne vous dira pas si votre note d'orientation a été lue par un ministre, et moins encore si elle a influencé ses décisions. Une autre limite de ce type d'indicateur tient au fait que, les chercheurs travaillant très lentement, il vous faudra peut-être attendre des années avant d'obtenir des résultats d'un quelconque intérêt.

Si votre publication est disponible en ligne, vous pouvez utiliser la fonction de recherche de liens proposée par Google (tapez dans le champ de recherche : "link:" immédiatement suivi (sans espace) de l'URL de votre site, par exemple "link:www.unesco.org") pour obtenir la liste des sites proposant un lien vers le vôtre. Cette liste n'est cependant pas exhaustive.

D'autres moyens de mesurer la visibilité sur l'Internet, sont proposés sur Google Webmaster Tools ([www.google.com/webmasters/tools/](http://www.google.com/webmasters/tools/)). Voir aussi le chapitre 5 : « Promotion et visibilité ».

### **Ventes/abonnements**

L'analyse des ventes et des abonnements vous livrera des chiffres, mais aussi, si votre base de données est bien conçue, des indications détaillées sur le profil de vos lecteurs.

Si votre publication est destinée à la vente, BPI vous fournira ces données.

### **Nombre de pages visitées et de téléchargements effectués sur les sites**

#### **Web**

Votre responsable des publications est chargé de collecter et d'analyser des statistiques concernant le Web. Si vous avez créé une page contenant des renseignements sur votre publication, vous pourrez mesurer sa fréquentation. S'il est possible de télécharger la publication, vous pourrez compter le nombre de fois qu'elle l'est.

### **Observations recueillies auprès des publics visés**

Il existe différentes façons de recueillir les observations des publics visés. Un bon moyen consiste à insérer à la fin de l'ouvrage une page de questions aux lecteurs (voir l'Appendice 9 : Modèle d'enquête par sondage auprès des lecteurs), que ces derniers peuvent vous renvoyer par la poste. Cela est particulièrement utile dans les régions où, comme dans certaines parties de l'Afrique, l'Internet est peu accessible.

Là où l'accès à Internet est satisfaisant, vous souhaitez peut-être effectuer une enquête par courriel. Rappelez-vous que les internautes sont quotidiennement inondés de messages et d'informations. Ciblez votre enquête aussi précisément que possible et présentez-la de telle façon que les personnes sollicitées jugent utiles d'y répondre.

Vous pouvez aussi faire appel à des services de marketing professionnels si vous avez réservé un budget à cette fin.

### **Demandes de renseignements**

Les demandes de renseignements concernant une publication déjà parue ou à paraître vous aident à connaître vos lecteurs. Votre publication a-t-elle suscité beaucoup d'intérêt ? Les personnes qui cherchent à s'informer à son sujet sont-elles celles auxquelles elle s'adressait ? En d'autres termes, le travail de promotion a-t-il porté ses fruits ?

***Offres ou demandes de coopération, de participation ou d'association à des partenariats***

Là encore, la nature des demandes est du plus grand intérêt. Qui offre de coopérer ? Dans quel cadre ? L'offre peut porter sur des traductions de l'ouvrage, des utilisations pédagogiques ou, par exemple, un accord de coédition englobant tout travail ultérieur. Il est évidemment important d'analyser chaque offre avec soin afin d'optimiser l'impact de la publication.

Les partenariats peuvent avoir pour objet non pas simplement de futures activités de publication, mais aussi un soutien au programme, par exemple financier, ou la constitution de communautés de pratique.

Version en cours  
de révision

# Les catégories de matériels d'information de l'UNESCO

## Catégories

### 1. Publications de l'UNESCO

Les publications de l'UNESCO sont des ouvrages de fond destinés à un public extérieur. Toute publication de l'UNESCO, imprimée ou sous forme électronique, porte un numéro ISBN ou ISSN et est l'œuvre d'un auteur ou d'auteurs dûment identifié(s). Les grands documents de l'UNESCO publiés sous forme de volumes peuvent être considérés comme des publications de l'UNESCO, dont l'Organisation est l'auteur collectif (par exemple Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle). Les publications de l'UNESCO sont publiées par l'Organisation, agissant seule ou conjointement avec un éditeur extérieur. Certaines sont distribuées gratuitement et les autres proposées à la vente. L'UNESCO est juridiquement responsable de leur contenu.

<i>Contenu :</i>	<i>original/étude de fond</i>
<i>Auteur(s) identifié(s) :</i>	<i>oui</i>
<i>Objectif :</i>	<i>partage des connaissances</i>
<i>Public/Diffusion :</i>	<i>publics extérieurs</i>
<i>Support :</i>	<i>Imprimé/fichier électronique/livre électronique/CD-ROM/CD/vidéo/DVD/mixte</i>
<i>Code :</i>	<i>ISBN/ISSN</i>
<i>Droit d'auteur :</i>	<i>UNESCO/partagé en cas de coédition</i>
<i>Responsabilité juridique :</i>	<i>UNESCO/partagée en cas de coédition</i>

Les publications de l'UNESCO comprennent :

- **Livres :**
  - Ouvrages généraux et historiques (par ex. série « Raconte-moi... le Patrimoine vivant » - [http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=4555](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=4555))
  - Monographies (par ex. « Democracy and Human Rights in Multicultural Societies [http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=4549](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=4549))
  - Rapports mondiaux (par ex. « Rapport mondial de suivi sur l'EPT 2007 » <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001500/150022f.pdf>)
  - Rapports statistiques (par ex. « Recueil de données mondiales sur l'éducation 2007 » - <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001546/154665f.pdf>)
  - Textes normatifs (par ex. « Les dimensions internationales du droit du cyberspace » - [http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=3339](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=3339))
  - Notes d'orientation (par ex. série « Education policy booklet » de l'IIEP <http://www.unesco.org/iiep/eng/publications/recent/rec11.htm>)
  - Rapports techniques et documents de travail (par ex. « Série du patrimoine mondial » - <http://whc.unesco.org/fr/series/>)
  - Actes (par ex. série « Dialogue entre les civilisations » de BSP <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001541/154100e.pdf>)
  - Guides, manuels et troussees à outils (par ex. « Gender Indicators in Science, Engineering and Technology » [http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=4535](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=4535))

- Matériels pédagogiques (par ex. « La tolérance, porte ouverte sur la paix »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=1557](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=1557))
- Atlas (par ex. « Climatic Atlas of Asia »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=2922#](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=2922#))
- Bibliographies (par ex. « Bibliographie des publications éditées par l'UNESCO ou sous ses auspices »  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0000/000055/005556mo.pdf>)
- Dictionnaires/glossaires/thésaurus/index/encyclopédies (par ex. « Glosario fitoecológico de las Américas »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=4153](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=4153))
- Annuaires (par ex. « IOC Annual Report 2006 »  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001531/153144e.pdf>)
- **Périodiques :**
  - Revues (par ex. « Patrimoine mondial »  
<http://publishing.unesco.org/results.aspx?page=2&periodicals=41#french>)
  - Revues savantes (par ex. « Revue internationale des sciences sociales »  
[http://portal.unesco.org/shs/en/ev.php-URL\\_ID=1796&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/shs/en/ev.php-URL_ID=1796&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html))
  - Bulletins/lettres d'information (par ex. « Planète Science », bulletin trimestriel  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001587/158708f.pdf>)
- **Cartes :**
  - Cartes du patrimoine culturel/naturel (par ex. « Carte du patrimoine mondial 2009-2010 » - <http://whc.unesco.org/fr/map/>)
  - Cartes climatiques (par ex. « Carte hydrologique internationale de l'Europe »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=3652](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=3652))
  - Cartes géologiques (par ex. « Geological Map of South and East Asia »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=2927](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=2927))
  - Cartes démographiques (par ex. « L'humanité sur la planète »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=2827](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=2827))
  - Cartes de végétation (par ex. « Carte de la végétation de l'Amérique du Sud »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=2972](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=2972))
- **Documents audio/vidéo :**
  - Film/vidéo (par ex. « Gorazde: Psycho-geography of a Border »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=3113](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=3113), (par ex. « Rigoberta Menchú «I crossed the Border... »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=2979](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=2979), (par ex. « The Silk Roads »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=3115](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=3115))
  - Enregistrements audio/musicaux (par ex. « Collection UNESCO de musique traditionnelle du monde »  
<http://www.unesco.org/culture/ich/inde.g.php?lg=FR&pg=00123>)
- **Multimédias**
  - Guides interactifs (par ex. « Interactive Guide to Mushrooms and other Fungi  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=4091](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=4091))

- Outils didactiques interactifs (par ex. « DNA and Proteins »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=4090](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=4090),  
(par ex. « Perl et Gadoo au pays de l'eau »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=3698](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=3698))
- Encyclopédies interactives (par ex. « L'Or bleu L'encyclopédie interactive de l'eau »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=3935](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=3935)  
« Interactive Flora of the British Isles - A Digital Encyclopaedia »  
[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code\\_Livre=4251](http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=4251))

## 2. Documents de l'UNESCO

Les documents de l'UNESCO sont des matériels d'information publiés par le Secrétariat et classés dans différentes catégories selon leur objet. Ils sont distribués gratuitement aux destinataires désignés pour la catégorie concernée, ou accessibles en ligne (intranet/extranet/Internet). Tout document de l'UNESCO porte une cote. Il ne porte aucune indication des auteurs ni de membres du Secrétariat. L'UNESCO est juridiquement responsable de leur contenu.

<i>Contenu :</i>	<i>étude de fond/texte administratif</i>
<i>Auteur identifié :</i>	<i>non</i>
<i>Objectif :</i>	<i>gouvernance de l'Organisation (mise en œuvre du programme et fonctionnement interne</i>
<i>Public/Diffusion :</i>	<i>Secrétariat de l'UNESCO/organes directeurs/ représentants des États membres, autres organismes des Nations Unies, bibliothèques, publics particuliers</i>
<i>Support :</i>	<i>imprimé/fichier électronique/CD-ROM</i>
<i>Code :</i>	<i>cote du document</i>
<i>Droit d'auteur :</i>	<i>UNESCO</i>
<i>Responsabilité juridique :</i>	<i>UNESCO</i>

Les documents de l'UNESCO comprennent :

- **Les documents de la Conférence générale :** documents établis pour présentation à la Conférence générale, ou pour consigner ses décisions et délibérations.  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001517/151779f.pdf>
- **Les documents du Conseil exécutif :** documents établis pour présentation au Conseil exécutif ou pour consigner ses décisions et délibérations.  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001586/158644f.pdf>
- **Les documents relatifs à des réunions :** documents établis à l'occasion de réunions convoquées par l'UNESCO, seule ou conjointement avec un autre organisme.  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159868f.pdf>
- **Les documents relatifs au Programme :** documents, y compris documents de synthèse et matériels d'information à courte durée de vie publiés par un secteur/bureau/office et destinés à une distribution limitée.  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159881m.pdf>

- **Les documents internes :** documents conçus principalement pour distribution au sein du Secrétariat, par ex. Notes ivoire de la Directrice générale, la Direction générale, Manuel administratif, statuts et règlements, circulaires administratives, formules administratives, enquêtes, matériels de formation (par ex. « Managing People with confidence – UNESCO supervisor's learning tool »), répertoires (par ex. répertoire téléphonique).  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001592/159292f.pdf>

### 3. Matériels de communication de l'UNESCO

Les matériels de communication de l'UNESCO sont fondés sur le contenu des publications et documents de l'UNESCO et publiés à l'intention d'un public extérieur particulier sous forme imprimée et/ou électronique en vue de faire connaître les objectifs et les activités de l'Organisation et d'accroître la visibilité de l'UNESCO.

Un soin particulier est apporté au format, à la présentation et à la conception graphique de ces matériels, qui sont rédigés dans une langue adaptée au public visé. Les matériels de communication de l'UNESCO ne portent aucune indication du nom de l'auteur ou des auteurs. Ils ont un code particulier. L'UNESCO est juridiquement responsable de leur contenu.

<i>Contenu :</i>	<i>élaboré à partir d'études de fond (publications/documents)</i>
<i>Auteur(s) identifié(s) :</i>	<i>seulement dans le cas de textes originaux</i>
<i>Objectif :</i>	<i>communication externe</i>
<i>Public/Diffusion :</i>	<i>public extérieur</i>
<i>Support :</i>	<i>tous supports (voir page 00)</i>
<i>Code :</i>	<i>code affecté aux matériels de communication</i>
<i>Droit d'auteur :</i>	<i>UNESCO/partagé si activité menée en partenariat</i>
<i>Responsabilité juridique :</i>	<i>UNESCO/partagé si activité menée en partenariat</i>

Les matériels de communication de l'UNESCO comprennent :

- **Le matériel destiné à la presse**
  - Communiqués de presse, avis aux médias et Flash info (par ex. produits élaborés par BPI et ODG/SP)
  - Dossiers de presse (par ex. dossier sur la Journée mondiale de la liberté de la presse)
  - Revues de presse (par ex. bulletin « l'UNESCO dans la presse »)
- **Les matériels d'information du public**
  - Bulletins et lettres d'information (par ex. « UNESCO News – Informativo da UNESCO no Brasil »)
  - Dossiers d'information (par ex sur l'Année internationale des langues)  
Messages, déclarations et allocutions de la Directrice générale  
Rapports d'activité (par ex. « UIL : rapport annuel 2007 »)
  - Présentations sur diapositives pour le grand public (par ex. « L'UNESCO : ce qu'elle est, ce qu'elle fait »)
  - Brochures, dépliants (par ex. « L'UNESCO s'engage à répondre aux attentes des femmes »)
  - Affiches (par ex. « 2008 - Année des langues »)

- **Produits promotionnels (produits accessoires)**
  - Cartes de vœux (par ex. cartes de vœux UNESCO-DEL)
  - Autocollants (par ex. « 2000 - Année internationale de la culture de la paix »)
  - Calendriers (par ex. calendrier des bureaux hors Siège)
  - Agendas de bureau (par ex. « Agenda 2008 du patrimoine mondial »)
  - Gadgets/objets cadeaux (par ex. tee-shirts, pins, montres, etc. de Gift Shop - BPI/OPP/PRO)
  - Médailles (par ex. « Célébrations UNESCO » - Gift Shop - BPI/OPP/PRO)
- **Produits d'information audiovisuels**
  - Annonces au public (par ex. lancement d'une année internationale)
  - Communiqués de presse vidéo (par ex. interviews filmée)
  - Communiqués pour la télévision (par ex. « B-roll »)
  - Enregistrements vidéo ou audio (par ex. archives sonores)
  - Photos, illustrations (par ex. Photobanque )
  - Galeries de photos/diaporamas

#### 4. Portail Web de l'UNESCO

Le portail de l'UNESCO est une plate-forme qui collecte, sauvegarde, crée, regroupe et partage des ressources cognitives. Les sites Web de l'UNESCO fédèrent un ensemble unique de contenus et de ressources adaptés à des publics particuliers. Le portail propose aussi des dispositifs interactifs tels que des forums qui constituent des outils de travail permettant d'exprimer des idées et de générer des connaissances.

Il comprend l'Intranet (outils de travail partagés, à l'usage du personnel de l'UNESCO), l'Extranet (communautés UNESCO/communautés de pratique) et l'Internet (public extérieur/consultation). L'UNESCO est juridiquement responsable de toutes les pages html publiées sur le portail, mais non des vues et opinions exprimées par des tiers dans les parties interactives du portail (tels que forums, blogs, extranets).

<i>Contenu :</i>	<i>original/élaboré à partir de contenus de fond</i>
<i>Auteur(s) identifié(s) :</i>	<i>non</i>
<i>Objectif :</i>	<i>partagé des connaissances/communication externe-interne/ outil de travail</i>
<i>Public/Diffusion :</i>	<i>publics extérieurs/internes</i>
<i>Support :</i>	<i>html</i>
<i>Code :</i>	<i>ISBN/ISSN</i>
<i>Droit d'auteur :</i>	<i>UNESCO/partagé en cas de coédition</i>
<i>Responsabilité juridique :</i>	<i>UNESCO/partagée en cas de coédition</i>

Le portail de l'UNESCO comprend les éléments suivants :

- **Sites Web :**
  - Intranet
  - Extranet
  - Internet

- **Contenus :**
  - À la une
  - Pour la presse
  - Événements
  - Documents
  - Projets
  - Contacts
  - Liens
- **Services proposés par le portail :**
  - Profil des utilisateurs
  - Publipostage, diffusion et bulletins
  - Espaces de travail partagés
  - Gestion des documents
  - Groupes de discussion, forums en ligne, wikis, blogs
  - Communautés de pratique
  - Interfaces de gestion (STEPS, FABS, Sister2, bases de données...)
  - Moteur de recherche
  - Interface utilisateurs et accessibilité
  - Analyse statistique

### 5. Bases de données et logiciels de l'UNESCO

Des outils d'information et de gestion des données sont créés aux fins de la collecte et du partage de données dans des domaines propres à l'UNESCO à travers le réseau de ses partenaires. Le Secrétariat est responsable de la maintenance de ces outils et du choix des institutions partenaires fournissant des informations pertinentes. L'UNESCO n'est pas responsable de la validation de chacun des éléments d'information ainsi fournis.

<i>Contenu :</i>	<i>contenu original de l'UNESCO ou fourni par ses partenaires</i>
<i>Auteur(s) identifié(s) :</i>	<i>NON</i>
<i>Objectif :</i>	<i>partage des connaissances/traitement des données</i>
<i>Public/Diffusion :</i>	<i>publics extérieurs et internes</i>
<i>Support :</i>	<i>Imprimé/fichier électronique/CD-ROM</i>
<i>Code :</i>	<i>À définir</i>
<i>Droit d'auteur :</i>	<i>UNESCO/partagé</i>
<i>Responsabilité juridique :</i>	<i>UNESCO/partagée</i>

Les outils et matériels d'information et de gestion des données de l'UNESCO comprennent :

- **Les bases de données/centres d'échange d'informations (par ex. UNESDOC, données statistiques de l'ISU, UNESCOTERM, UNESBIB/UNESCO Thesaurus, Index Translationum, Outil de recherche pour les politiques du programme MOST)**
  - UNESDOC : documents et publications produits par l'UNESCO depuis 1946  
<http://unesdoc.unesco.org/ulis/index.shtml>
  - Thésaurus de l'UNESCO, liste de termes contrôlés et structurés  
<http://databases.unesco.org/thesaurus/>
  - UNESCOTERM : <http://termweb.unesco.org/>
  - Index translationum, bibliographie internationale des traductions  
<http://databases.unesco.org/xtrans/xtra-form.shtml>
- **Les questionnaires** (par ex. questionnaires statistiques de l'ISU)
- **Les logiciels** (par ex. ISIS/BASIS)

## 6. Matériels d'information produits en association avec l'UNESCO

### (« matériels d'information connexes »).

Cette catégorie comprend différents types de matériels d'information produits en association avec l'UNESCO, mais sous la responsabilité générale d'entités autres que son Secrétariat ou ses organes directeurs. L'UNESCO n'est pas titulaire des droits d'auteurs relatifs à de tels produits.

N.B. : L'utilisation commerciale, du nom, du sigle ou du logo de l'UNESCO, sous quelque forme ou combinaison que ce soit, pour quelque type de matériel d'information que ce soit (en particulier produits accessoires), est subordonnée à un accord exprès, approuvé par la Directrice générale.

On peut distinguer les sous-catégories suivantes :

#### (i) Matériels d'information produits en association par des entités appartenant aux réseaux de l'UNESCO, notamment :

- Les commissions nationales pour l'UNESCO
- Les Centres (catégorie II) placés sous les auspices de l'UNESCO
- Les Clubs, Centres et Associations UNESCO et leurs organes de coordination
- Les membres de réseaux de programme (Écoles associées, Chaires)
- Les entités relevant de programmes intergouvernementaux et de conventions de l'UNESCO (sites du Patrimoine mondial, réserves de biosphère, comités du PHI, etc.)
- Les personnalités chargées de promouvoir l'action de l'UNESCO
- Les documents CAM/SEPU

*Contrôle de qualité/responsabilité opérationnelle : en principe ni l'un ni l'autre.*

*Marquage : Les entités susmentionnées sont autorisées à utiliser le bloc comprenant le nom, le sigle et l'emblème de l'UNESCO à condition de ne pas l'utiliser seul, mais toujours associé à leur nom et emblème propres et/ou d'une mention précisant la nature de l'association avec l'UNESCO.*

*Mention légale/limitation de responsabilité : dès lors que les entités susmentionnées sont officiellement reconnues par les organes compétents, il n'est pas besoin d'un arrangement juridique avec l'UNESCO ni d'une mention de limitation de responsabilité ; une autorisation officielle spécifique de marquage délivrée par l'organe compétent peut être requise conformément aux règles pertinentes régissant le réseau concerné.*

#### (ii) Matériels d'information connexes produits en relation avec le patronage de l'UNESCO, notamment

- Les matériels bénéficiant du patronage de l'UNESCO (par ex. livres, films)
- Les matériels en rapport avec des activités ou manifestations bénéficiant du patronage de l'UNESCO (sites Web, invitations, affiches, dépliants, rapports, etc.)

*Contrôle de qualité/responsabilité opérationnelle : validation des ouvrages, évaluation des risques (consultation des commissions nationales), évaluation d'impact (rapport du bénéficiaire) ; apports opérationnels facultatifs (facilitation des contacts avec les experts, préfaces, fourniture de contenus, etc.).*

*Marquage : déterminé par le partenaire et l'UNESCO, sous réserve de l'approbation de l'UNESCO ; forte visibilité de l'UNESCO.*

*Mentions légales/mention de limitation de responsabilité : accord signifié par échange de lettres, mention de limitation de responsabilité recommandée à l'intérieur de l'ouvrage.*

N.B. : les commissions nationales pour l'UNESCO peuvent accorder leur patronage en leur nom propre.

**(iii) Matériels d'information connexes produits sous accord de licence**

Concerne principalement les traductions de publications de l'UNESCO.

*Contrôle de qualité/responsabilité opérationnelle : choix de preneurs de licence qualifiés, pas de responsabilité opérationnelle, évaluation d'impact (rapport des preneurs de licence).*

*Marquage : déterminé par l'UNESCO ; faible visibilité de l'UNESCO.*

*Mentions légales/note de limitation de responsabilité : accord de licence standard ; note de limitation de responsabilité indispensable.*

**(iv) Matériels d'information connexes produits en partenariat, notamment :**

- Matériels d'information produits par des partenaires contractuels (par ex. « L'Oréal coffee-table book on Women in Science »)
- Matériels d'information produits par des partenaires opérationnels (contribution bénévole de l'UNESCO à des publications extérieures)

*Contrôle de qualité/responsabilité opérationnelle : en principe ni l'un ni l'autre.*

*Marquage : déterminé par les partenaires sous réserve d'approbation par l'UNESCO ; faible visibilité de l'UNESCO.*

*Mentions légales/note de limitation de responsabilité : accord écrit, note de limitation de responsabilité recommandée selon marquage.*

## 7. Correspondance

- Lettres circulaires :  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159888f.pdf>
- Lettres de dépôt d'un instrument :  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001593/159330e.pdf>
- Lettres circulaires de la COI :  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001578/157890e.pdf>

## 8. Documents papiers (y compris diplômes)

Types de « support »

- Imprimé (papier)
- Fichier électronique (pdf, html, ppt...)
- Livre électronique
- CD-ROM
- CD
- DVD
- Support mixte (par ex. brochure imprimée et CD-ROM)
- Arts graphiques (dessins et œuvres en deux dimensions)
- Musique (partition ou imprimé)
- Phonogrammes et bandes magnétiques (enregistrement musical ou parlé)
- Diapositives
- Photographies
- Films (vues fixes et cinéma)
- Cassettes vidéo
- Publications sur microformes
- Webcast/podcast
- Documents vidéo ou audio à la demande

# Liste de vérification pour les publications

## Informations générales

1. Nom
2. Division/secteur/institut
3. Adresse électronique
4. Numéro de téléphone de bureau

## 1. Phase de la planification et de la définition du projet

1. **Titre** proposé pour la publication.
2. Nom de la **collection**, le cas échéant, et numéro du volume.
3. Nom de l'**auteur** et ou du **directeur de publication** du volume (s'il est connu).
4. S'agit-il d'une **première édition**, d'une **mise à jour (réédition)** ou d'une simple **réimpression**? Indiquer l'année de publication, l'éditeur, le numéro ISBN (le cas échéant) ainsi que les noms du directeur de publication du volume et/ou du ou des auteur(s) des précédentes éditions.
5. **Langues** :
  - a. Quelle est la langue de publication ?
  - b. S'agit-il d'une traduction ? Si oui, à partir de quelle langue ? Indiquer toutes les autres versions linguistiques existantes.
  - c. Indiquer toutes les autres versions linguistiques prévues.
6. **Objectifs**, indiquer :
  - a. les objectifs généraux,
  - b. les objectifs du programme,
  - c. les objectifs en matière de communication,
  - d. les besoins du public.

Mentionner les thèmes de l'UNESCO, les priorités de programme, le grand programme correspondant dans le C/5 et l'activité intéressant le secteur, y compris le paragraphe ET le numéro de paragraphe, par ex. Ligne d'action 2, paragraphe 01018.

7. **Valeur ajoutée** : En un paragraphe, comparer la publication proposée aux autres publications disponibles qui traitent du même sujet et s'adressent au même public (si vous rédigez une monographie spécialisée, il n'y a pas lieu de la comparer à un ouvrage de vulgarisation sur le même sujet). Expliquez les similitudes et les différences en ce qui concerne le traitement du sujet, l'organisation, le niveau de langue et le style. En quoi votre projet de publication enrichit-il le débat ?
8. **Public visé** : nature et taille
  - a. Quels sont :
    - i. la cible principale ?
    - ii. les cibles secondaires ?
    - iii. les autres bénéficiaires potentiels ?
  - b. Quelle est leur situation géographique ? Quelle(s) langue(s) parlent-ils ?
9. **Type de publication** : indiquer le type et le support (voir Appendice 1).
10. **Description succincte de la publication** : indiquer, en 200 mots environ, le contenu, l'organisation, l'approche et la longueur approximative.

11. S'agit-il d'un **ouvrage original et jamais publié auparavant** ? Dans le cas contraire, préciser la relation entre le manuscrit et l'ouvrage sur lequel il est basé.
12. **Plan de diffusion, promotion et suivi**
  - a. Stratégie de diffusion : comment prévoyez-vous de toucher les publics visés ?
  - b. Tirage : combien d'exemplaires pour diffusion immédiate et combien pour les stocks ?
  - c. La publication sera-t-elle diffusée par voie électronique ?
  - d. Qui sera chargé de la diffusion ?
  - e. Quelle est votre stratégie de promotion ?
13. **Suivi et évaluation d'impact**
  - a. Quel est le résultat attendu de la publication ?
  - b. Indiquez les indicateurs d'impact et valeurs de référence retenus.
  - c. Indiquez les moyens de vérification.
14. **Ressources requises**
  - a. Quel est le budget global qu'il est proposé d'allouer au projet ?
  - b. De quelles ressources humaines, internes et externes, avez-vous besoin ?
15. **Partenaires**
  - a. Indiquez les éventuels partenaires connexes au projet, et joignez une copie de tous les accords pertinents.
16. **Calendrier et échéances**
  - a. Date prévue d'achèvement d'un avant-projet, pour examen externe.
  - b. Date prévue d'achèvement de l'ensemble du manuscrit (et explications concernant d'éventuelles causes de retard).
  - c. Date de publication prévue.
  - d. Est-il prévu de marquer le lancement de la publication et, si oui, cette manifestation figure-t-elle déjà dans le Plan de communication de l'UNESCO ?

## 2. Phase d'élaboration du contenu

1. Le budget a-t-il été alloué ?
2. L'auteur ou les auteurs et (le cas échéant) le directeur de publication du volume ont-ils été sélectionnés ?
  - a. Noms (s'ils n'ont pas déjà été indiqués lors de la phase 1) ?
  - b. S'agit-il d'employés de l'UNESCO ? Si oui, passez au point 6. Si non, passez au point 3.
3. Le contrat a-t-il été rédigé et validé par le responsable des publications et BPI ?
4. Le contrat a-t-il été signé par l'auteur ?
5. Le manuscrit a-t-il été soumis par l'auteur et approuvé ?
6. Les photographies, illustrations, cartes et autres éléments graphiques ont-ils été réunis ?
7. Les autorisations ont-elles été obtenues pour tous les matériels dont l'UNESCO ne détient pas les droits ? Énumérez ces matériels et joignez une copie de toutes les autorisations.
8. Le contenu a-t-il été révisé ? Indiquez le nom de la personne qui a accompli cette tâche.
9. La préface, l'avant-propos ou l'introduction ont-ils été rédigés ?
10. Le manuscrit a-t-il été relu par une personne interne ? Décrivez brièvement le processus et les résultats et joignez les comptes rendus de lecture.

11. Le manuscrit a-t-il été examiné par des pairs ou un comité éditorial ? Décrivez brièvement le processus et les résultats et joignez les comptes rendus de lecture.
12. Le responsable des publications a-t-il vérifié le respect des procédures et le manuscrit est-il complet ?
13. Le Directeur de la Division a-t-il validé le manuscrit ?
14. BPI a-t-il examiné la viabilité commerciale de la publication ? Qu'a-t-il décidé ?
15. Dans le cas d'une publication distribuée gratuitement, BPI a-t-il vérifié le respect des procédures (aspect éditorial et droits) en vue de l'attribution d'un numéro ISBN ou ISSN ? Que recommande-t-il ?
16. La date de lancement a-t-elle été fixée ?

### Promotion

Le descriptif est-il rédigé ?

Les dépliants sont-ils rédigés ?

Les matériels promotionnels destinés au Web ont-ils été élaborés ?

### 3. Phase de la production

1. Le budget a-t-il été alloué ?
2. Le préparateur du manuscrit a-t-il été sélectionné ? Quel est son nom ?
3. La préparation du manuscrit a-t-elle été convenablement effectuée ?
4. Le graphiste a-t-il été sélectionné et a-t-il reçu le contrat et les instructions ? Quel est son nom ?
5. La conception graphique de la couverture est-elle achevée ? Est-elle conforme à la charte graphique de l'UNESCO ? Joindre une copie de la couverture.
6. Le typographe a-t-il été choisi ? Quel est son nom ?
7. La composition est-elle achevée ?
8. Les épreuves ont-elles été relues (nombre de jeux d'épreuves ?) ? Par qui ?
9. L'indexeur a-t-il reçu le contrat ? Quel est son nom ?
10. L'index est-il achevé ?
11. La page des mentions légales contient-elle toutes les informations requises ? Joindre une copie.
12. L'imprimeur a-t-il été sélectionné ? Quel est son nom ?
13. Les épreuves définitives ont-elles été vérifiées et validées pour envoi à l'imprimeur ?
14. Les épreuves ozalid ont-elles été vérifiées ?
15. Le produit final a-t-il été vérifié avant catalogage, archivage et diffusion ?

### Promotion

Tous les matériels promotionnels ont-ils été produits ?

Les actions de communication sont-elles en cours ?

## 4. Phase du catalogage et de l'archivage

1. Les noms des fichiers électroniques sont-ils corrects ?
2. Les documents ont-ils été transférés sur HERMES ?
3. Des exemplaires papier ont-ils été envoyés aux Archives (1 exemplaire) et à la Bibliothèque (2 exemplaires) ?

## 5. Promotion et visibilité

*À vérifier à chaque phase du processus de publication.*

### **Avant le lancement**

1. La stratégie de promotion a-t-elle été élaborée ?
2. La date de lancement a-t-elle été décidée ?
3. Le budget est-il alloué ?
4. Le titre définitif est-il arrêté ?
5. La couverture est-elle prête ?
6. Les matériels promotionnels ont-ils été conçus ?
7. Ont-ils été élaborés ?
8. Ont-ils été finalisés ?
9. Les actions de communication ont-elles été lancées ?

### **Après le lancement**

10. Des exemplaires de la publication ont-ils été envoyés aux médias et aux partenaires pour promotion et examen ?
11. A-t-on identifié de nouvelles possibilités de promotion ?

## 6. Diffusion et gestion des stocks

*À vérifier dès la phase de planification*

### **Avant le lancement**

1. La stratégie de diffusion et le tirage sont-ils arrêtés ?
2. Le budget pour la diffusion est-il alloué ?
3. Nom de la personne responsable de la diffusion du manuscrit publié ? Indiquez son adresse électronique et son numéro de téléphone de bureau.

### **Après le lancement**

4. Les stocks ont-ils été livrés et entreposés dans les locaux du secteur ?
5. La publication a-t-elle été distribuée conformément à la liste approuvée par le secteur ?
6. La publication est-elle disponible en ligne (s'il s'agit d'une publication gratuite) ?

### **Promotion**

Les actions de communication ont-elles été lancées ?

La publication a-t-elle été envoyée à des médias grand public et des revues spécialisées ?

## 7. Évaluation d'impact

*À vérifier dès la phase de planification*

### **Avant le lancement**

1. Les objectifs, les publics visés et les résultats escomptés ont-ils été définis et approuvés ?
2. Les indicateurs de performance (y compris valeurs de référence) et les moyens de vérification ont-ils été sélectionnés et approuvés ?
3. Le budget a-t-il été approuvé et alloué ?

### **Après le lancement**

4. Les données ont-elles été collectées pour les indicateurs sélectionnés ?
5. Ont-elles été analysées ?
6. Le rapport a-t-il été transmis à BPI ?

Version en cours  
de révision

## Modèle de page portant le copyright

Publié par l'Organisation des Nations Unies  
pour l'éducation, la science et la culture  
7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France

© UNESCO 2008  
Tous droits réservés

ISBN 978-92-3-104088-7

Les dénominations utilisées dans cette publication  
et la présentation des données qui y figurent  
n'impliquent de la part de l'UNESCO aucune prise de  
position quant au statut juridique des pays, territoires,  
villes ou zones citées, ou de leurs autorités, ni quant  
au tracé de leurs frontières ou limites.

Les auteurs sont responsables du choix et de la  
présentation des faits rapportés dans cet ouvrage ainsi  
que des opinions exprimées, lesquelles ne sont pas  
nécessairement celles de l'UNESCO et n'engagent pas  
l'Organisation.

Composition : Editions UNESCO  
Impression : Darantière, Quétigny

*Imprimé en France*

## Appendice 4

# Modèle de budget

Format du livre : **155 x 240 mm**  
 Nombre de pages: **256**

Budget				
	Tarif	Unité	Quantité	
<b>Préresse</b>				
<i>Éditorial</i>				
Auteur	1 000,00\$	somme forfaitaire	1	1 000,00 €
Édition du contenu	15,00\$	page standard	300	4 500,00 €
Préparation du manuscrit	5,00\$	page standard	300	1 500,00 €
Relecture des épreuves	3,00\$	page standard	300	900,00 €
Indexation	2,00\$	page standard	300	600,00 €
<i>Photo &amp; conception graphique</i>				
Recherche iconographique		somme forfaitaire	0	- €
Achat de photos	300,00\$	somme forfaitaire (couverture)	1	300,00 €
Illustrations et schémas				- €
Graphisme de la couverture	300,00\$	somme forfaitaire	1	300,00 €
Intérieur				- €
<i>Photogravure</i>				
Traitement des images	5,00\$	image	0	- €
Épreuves couleur de la couverture	10,00\$	épreuve	1	10,00 €
<i>Maquette</i>				
Mise en pages	5,00\$	page	256	1 280,00 €
Mise en forme des tableaux	5,00\$	tableau	15	75,00 €
Corrections	20%	page	256	256,00 €
<i>Total du préresse</i>				10 721,00 €
<b>Total comprenant les frais d'envoi 2%</b>				<b>10 935,42 €</b>
<b>Impression (couverture quadri, intérieur 1 couleur/noir)</b>				
<b>Exemplaires</b>				
Nombre d'exemplaires				<b>500</b>
<i>Couverture</i>				
Impression quadri recto seul sur carte couché 1 face 240 g				
<i>Intérieur</i>				
Impression 1 couleur (noir)				2 516,85 €
<i>Reliure</i>				
Dos carré collé				
<i>Total</i>				2 516,85 €
<b>Total comprenant les frais d'envoi et de transport 2%</b>				<b>2 567,19 €</b>
<b>Total production pour 500 exemplaires</b>				
<b>Préresse</b>				10 935,42 €
<b>Impression</b>				2 567,19 €
<b>Total</b>				<b>13 502,61 €</b>
<b>Coût unitaire</b>				<b>27,01 €</b>

## Comment remplir le formulaire de contrat d'auteur

*Il convient de remplir les rubriques suivantes de la formule de contrat d'auteur :*

- **Numéro de contrat** : il est attribué automatiquement lors de la validation du contrat dans le SAP.
- **Nom du contractant** : c'est le nom du titulaire des droits d'auteur. Il importe dans tous les cas de vérifier si le titulaire de ces droits est bien la personne qui rédige le texte, ou s'il s'agit de son employeur, auquel cas c'est ce dernier qui a la qualité de contractant.

Le contrat d'auteur, qui fait l'objet de l'actuelle Formule 408, régit les relations entre l'Organisation et une seule autre partie, à savoir le détenteur des droits. Il ne peut en aucun cas porter les noms de plusieurs cosignataires. Voir ci-après comment procéder lorsqu'un même ouvrage est l'œuvre collective de plusieurs auteurs.

Le contractant ne peut être responsable du travail effectué par un tiers qui n'est pas partie au contrat. Par exemple, on ne peut demander à un auteur ou à un éditeur qu'il soumette une version « mise en page » du travail, si la préparation du texte doit être confiée à une autre personne que lui (un maquettiste, avec qui il convient de signer un contrat de consultant ou un contrat d'honoraires).

- **Numéro matricule** : numéro de fournisseur attribué au contractant par l'UNESCO.
- **Date** : c'est la date à laquelle le travail achevé doit être remis à l'UNESCO. L'article V prévoit le cas où le travail ne serait pas remis à la date prévue et où il pourrait de ce fait être mis fin au contrat. La date de remise du travail doit être choisie en fonction du calendrier de production.
- **Le titre provisoire du travail** doit être indiqué après les mots « un travail qui, à toutes fins utiles, s'intitule maintenant ».
- **Indication de la forme sous laquelle le travail doit être remis** : à faire figurer sur la formule après les mots « sous la forme spécifiée ci-après ».

Indiquer en premier lieu le type de travail qui doit être remis, tel que livre, chapitre ou article.

Le travail doit être défini en termes quantitatifs et qualitatifs, ainsi que du point de vue de sa structure et de son contenu. De la précision de cette définition dépendront les critères généraux au regard desquels on appréciera si le travail remis à l'UNESCO est acceptable ou non au sens de l'article IV.

- *Description quantitative du travail* : il convient d'indiquer le nombre de mots du texte à soumettre, ainsi que de tout autre élément quantifiable, tels que le nombre de chapitres, de rubriques, l'utilisation des matériels additionnels (photographies, illustrations, tableaux, cartes, etc.) énumérés à l'article VIII, la taille de la bibliographie et les notes.

- *Description qualitative du travail* : il convient de préciser ici le niveau de langue requis (par exemple, aisance d'un locuteur natif) ainsi que le style le mieux adapté au public visé (publication savante, style journalistique, plaidoyer, texte didactique, texte conçu pour le grand public).

Le travail d'édition doit être décrit comme tel, en précisant les tâches à accomplir sur tel ou tel type de matériel en vue de produire un texte dûment édité.

Si l'auteur et l'éditeur sont une seule et même personne, deux contrats distincts devront être établis pour les deux types de tâches.

- **Article III, à compléter pour préciser les modalités de paiement :**

Le paiement peut être effectué :

- d'avance,
- en plusieurs fois,
- après remise du travail.

Veuillez noter que, dans certains cas, la rémunération peut prendre la forme d'un dollar symbolique.

Il convient de noter que tout paiement effectué avant la remise du travail final pourrait être une source de litige si, en vertu des articles IV et V, l'Organisation était amenée à en réclamer le remboursement comme prévu à l'article VI.

Le contrat ne doit comporter aucun addendum ni avenant.

- **En ce qui concerne les signataires**, la personne qui signe au nom de l'UNESCO doit être clairement identifiée, et le contractant être le titulaire des droits ou son représentant dûment autorisé - titulaire qui, répétons-le, n'est pas nécessairement l'auteur.

### **Qu'est-ce qui ne doit pas figurer sur le contrat d'auteur ?**

Le contrat ne doit pas porter mention de voyages ou de participation à des ateliers.

### **Que faire s'il y a plusieurs auteurs ?**

Si plusieurs auteurs produisent pour l'UNESCO des contributions distinctes (par exemple des chapitres distincts d'une anthologie, ou des sections distinctes d'un chapitre) destinées à être regroupées dans une seule et même publication, dont ils ne sont pas collectivement responsables, chacun doit signer un contrat séparé ne mentionnant pas les autres auteurs.

Si plusieurs auteurs créent pour l'UNESCO un ouvrage unique dont ils partagent la responsabilité, chacun doit signer un contrat portant, après le titre provisoire de l'ouvrage indiqué à l'article I, les noms de tous les coauteurs, suivis de la mention suivante : « les parties susmentionnées conviennent que l'article IX du présent contrat s'entend comme se référant seulement à la responsabilité conjointe et partagée de l'auteur quant à sa contribution à la rédaction de [l'ouvrage] susmentionné par une équipe d'auteurs ». En pareil cas, la description du travail doit être rigoureusement identique sur chaque contrat.

### **Illustrations**

Les photographes jouent aussi un rôle important dans la production de certains types de publications, mais la formule normalement utilisée pour leur commander un travail est la formule 205 F, « Contrat d'acquisition des droits d'exploitation et de propriété intellectuelle de photographies », téléchargeable à l'adresse suivante : <http://Intranet.unesco.org/forms/>.

Le contrat d'auteur prévoit cependant l'utilisation d'illustrations (y compris des photographies) fournies par le contractant (auteur ou éditeur). En de pareils cas, soit les photographies ont déjà été prises et sélectionnées, et la liste complète doit alors figurer sous la description du travail à l'article I (« sous la forme spécifiée ci-après »), soit le contrat d'auteur doit stipuler que le contractant fournira un certain nombre d'illustrations de nature déterminée. Dans ce dernier cas, le secteur de programme doit alors accuser réception des illustrations fournies en même temps que du texte des légendes.

Version en cours  
de révision

## Modèle de cahier des charges pour les contractants

### *Préparation du manuscrit*

Le contractant éditera le texte, les notes et les références du manuscrit intitulé [titre], conformément au UNESCO Style Manual , en ce qui concerne :

- le style, la grammaire, l'orthographe et la ponctuation ;
- la cohérence dans la présentation ;
- la concordance de la table des matières avec les titres et sous-titres ;
- l'exactitude des noms officiels des pays, conformément à la liste établie par l'UNESCO ;
- la conformité de la bibliographie avec les références figurant dans le texte.

Il convient d'éviter tout remaniement important du texte. Les erreurs nécessitant des recherches ou des décisions d'ordre éditorial devront être signalées et portées à l'attention de l'UNESCO.

Le manuscrit doit être remis sous forme électronique avec suivi des modifications. Toute difficulté que le contractant ne peut résoudre doit être signalée à l'UNESCO. Le travail sera payé après qu'il aura été mené à bien.

### *Correction des épreuves*

Le contractant relira les épreuves du texte, des notes et des références de l'ouvrage intitulé [titre], conformément au UNESCO Style Manual en ce qui concerne :

- les fautes de grammaire, d'orthographe et de ponctuation qui auraient échappé à la vigilance de l'éditeur ou auraient été introduites au stade de la composition ;
- la cohérence dans la présentation ;
- les erreurs dans la table des matières, les listes de tableaux, figures et abréviations, les entêtes et pieds de page, les sous-titres et la pagination ;
- l'exactitude des noms officiels des pays, conformément à la liste établie par l'UNESCO.

Il convient de corriger aussi peu que possible et d'éviter de remanier le texte. Les erreurs nécessitant des recherches ou des décisions d'ordre éditorial doivent être signalées et portées à l'attention de l'UNESCO.

Le manuscrit doit être remis avec les corrections indiquées à l'encre rouge au moyen des symboles de correction d'épreuves internationaux ou français. Toute difficulté que le contractant ne peut résoudre doit être signalée à l'UNESCO. Le travail sera payé après qu'il aura été mené à bien.

### *Indexation*

Le contractant établira un index de fin de volume pour l'ouvrage intitulé [titre]. Il devra à cet effet :

- dresser une liste de concepts, de noms géographiques et de noms propres ;
- créer, si nécessaire, un système hiérarchisé de concepts et de sous-concepts, y compris des références croisées ;
- relever et insérer dans la liste les numéros des pages correspondant aux entrées de l'index.

L'index doit être remis sous forme électronique. Toute difficulté que le contractant ne peut résoudre doit être signalée à l'UNESCO. Le travail sera payé après qu'il aura été mené à bien.

## Appendice 7

# Liste de photobanques

La liste ci-après a été établie à partir des listes utilisées par le Groupe des éditeurs de l'ONU. Quelle que soit la source, vérifiez chaque fois les conditions d'utilisation, qui sont susceptibles d'avoir été modifiées.

### UNESCO et ONU

**UNESCO :** <http://www.unesco.org/photobank/>

**Photothèque de l'ONU :** <http://www.unmultimedia.org/photo>

### Autres sources de l'ONU et d'organismes apparentés

**Commission pour la démarginalisation des pauvres par le droit :**

<http://www.undp.org/legalempowerment/press/photos.html>

**FAO :**

<http://www.fao.org/english/nexsroom/photopile/index.html>

[www.fao.org/mediabase/forestry](http://www.fao.org/mediabase/forestry)

**AIEA :** <http://www.iaea.org/NewsCenter/Multimedia/Imagebank/index.jsp>

<http://www.iaea.org/NewsCenter/Multimedia/PhotoEssays/index.html>

**FIDA :** <http://www.ifad.org/photo/photo.htm>

**OIT :** [http://www.ilo.org/dyn/media/mediasearch.home?p\\_lang=en](http://www.ilo.org/dyn/media/mediasearch.home?p_lang=en)

**OMI :** <http://www.imagelibrary.iom.int/>

**OSCE :** <http://www.osce.org/photos>

**FENU :** <http://www.unctf.org/english/> (go to individual countries for photos)

**PNUD :** <http://piglet.undp.org/cumulus5/introduction.html>

**PNUE (images disponibles sur plusieurs sites) :**

<http://www.stillpictures.com/>

<http://www.topfoto.co.uk/>

[http://www.unep.org/newscentre/Default.asp?ct=photo\\_galleries](http://www.unep.org/newscentre/Default.asp?ct=photo_galleries)

<http://www.peterarnold.com/>

**HCR :** <http://www.unhcr.ch/cgi-bin/tehis/vtx/template?page=home&src=static/photosets.htm>

**UNICEF – Contactez le service photo de l'UNICEF pour demander des images :**

[photo@unicef.org](mailto:photo@unicef.org)

**PAM :** <http://www.wfp.org/photos>

**OMS :** <http://www.who.int/buruli/photos/en/>

## Autres banques à but non lucratif

**Advocacynet** : <http://www.advocacynet.org/photo.html>

**Creative Commons list of Flickr** : [www.flickr.com/creativecommons/](http://www.flickr.com/creativecommons/)

**Photoshare** – Service d'INFO Project conçu pour aider les organismes internationaux à but non lucratif dans leur communication photographique sur les questions de santé et de développement : <http://www.photoshare.org/>

**USAID** : <http://www.dec.org/partners/afr/photogallery/>

**Banque mondiale** : <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/NEWS/0,,contentMDK:20037683~menuPK:34502~pagePK:36694~piPK:36693~theSitePK:4607,00.html>

## Agences de photographies de stock

Pour utiliser les services de ces agences, il faut ouvrir un compte et payer les photographies.

**Afrik Images (Afrique du Sud)** – Afrique, culture, politique, économie, sports :  
<http://afrikimages.com>

**Alamy (R.-U. et Inde)** – stock d'images, dont certaines libres de droits :  
[www.alamy.com](http://www.alamy.com)

**AP/Worldwide Photos (États-Unis)** – actualité mondiale :  
<http://www.apimages.com/eng/index.html>

**Aurora Photos (Maine, États-Unis)** – sports, voyages, science, actualité :  
<http://www.auroraphotos.com/>

**Comstock (États-Unis)** – affaires, industrie, technologie, informatique, médecine, modes de vie, concepts, éducation :  
<http://www.comstock.com>

**Corbis (États-Unis)** – stock d'images, utilisations générales, certaines images libres de droits, photographies conceptuelles, presse :  
<http://www.apimages.com/eng/index.html>

**Digital Railroad** – listes de photographes et d'agences, par pays :  
<http://www.digitalrailroad.net/corpsite/directory.html>

**Drik Photos (Bangladesh)** – photographies sur le développement, Asie :  
<http://www.drik.net/>

**Getty Images (États-Unis)** – stock d'images, certaines libres de droits :  
<http://creative.gettyimages.com>

**Magnum Photos (États-Unis)** – actualité, tarifs élevés, presse, possibilité de recherche par mots clés en français :  
<http://www.magnumphotos.com>

**Network Photographers (R.-U.)** – VIH/SIDA :  
<http://www.networkphotographers.com>

**Panos (R.-U.)** – photographies sur le développement, images du monde entier, actualité :  
[www.panos.co.uk](http://www.panos.co.uk)

**Still Pictures** (R.-U.) – *photos sur le développement, environnement, nature, galerie PNUE :*  
[www.stillpictures.com](http://www.stillpictures.com)

**WIR** (*World Information Resources Collective, Kenya*) – *Thèmes : Afrique du Sud, Moyen-Orient, conflits, ONG, Afrique, Inde, Amérique du Sud, immigration, produits recyclables, guerre d'Iraq, VIH/SIDA, environnement, réfugiés, orphelins, reportage, décharges, Brésil, République démocratique du Congo, Rwanda, activités indépendantes, enjeux humains, personnes déplacées dans leur propre pays, Kenya, célibataires, médecine : <http://www.wirpictures.org>*

Version en cours  
de révision

## Appendice 8

# Distribution gratuite statutaire

### Distribution gratuite et obligatoire

#### Liste moyenne

Nombre d'exemplaires papier par liste + nombre d'adresse d'envoi

nom de la liste	Code liste	anglais	français	espagnol	russe	chinois	arabe	total exemplaires	total adresses
Délégations permanentes	A/3	110	88	21	9	1	19	248	241
Missions permanentes d'observation	A/4	9	7	1	0	0	4	21	21
Bibliothèques dépositaires	M	98	47	20	12	3	15	195	158
<b>FO/1</b> : Directeurs des unités permanentes hors Siège à l'exception des directeurs des bureaux régionaux de science et de technologie, et des représentants de l'UNESCO	<b>FO-1/2/3</b>	52	24	11	1	1	4	93	64
<b>FO/2</b> : Directeurs des bureaux régionaux de science et de technologie									
<b>FO/3</b> : Représentants de l'UNESCO									
Commissions nationales	G	133	65	21	16	1	21	257	193
Membres du Conseil exécutif	D	36	22	6	1	2	5	72	62
DG, DDG, ADG, directeurs relevant directement du DG, directeurs de bureaux, directeurs et chefs de division, attachés d'administration, certains autres fonctionnaires, BPI, l'Unité des Archives et l'Unité de terminologie, de documentation et de références (ADM/CLD/T)	N	40	27	1	0	0	0	68	60
Centre d'information de l'ONU	S	37	23	14	0	0	7	81	66
	8	<b>515</b>	<b>303</b>	<b>95</b>	<b>39</b>	<b>8</b>	<b>75</b>	<b>1035</b>	<b>865</b>

#### Liste simplifiée (petite)

Nombre d'exemplaires papier par liste + nombre d'adresse d'envoi

nom de la liste	Code liste	anglais	français	espagnol	russe	chinois	arabe	total exemplaires	total adresses
Délégations permanentes	A/3	110	88	21	9	1	19	248	241
Bibliothèques dépositaires	M	98	47	20	12	3	15	195	158
<b>FO/1</b> : Directeurs des unités permanentes hors Siège à l'exception des directeurs des bureaux régionaux de science et de technologie, et des représentants de l'UNESCO	<b>FO-1/2/3</b>	52	24	11	1	1	4	93	64
<b>FO/2</b> : Directeurs des bureaux régionaux de science et de technologie									
<b>FO/3</b> : Représentants de l'UNESCO									
Membres du Conseil exécutif	D	36	22	6	1	2	5	72	62
DG, DDG, ADG, directeurs relevant directement du DG, directeurs de bureaux, directeurs et chefs de division, attachés d'administration, certains autres fonctionnaires, BPI, l'Unité des Archives et l'Unité de terminologie, de documentation et de références (ADM/CLD/T)	N	40	27	1	0	0	0	68	60
	5	<b>336</b>	<b>208</b>	<b>59</b>	<b>23</b>	<b>7</b>	<b>43</b>	<b>676</b>	<b>585</b>

## Modèle d'enquête par sondage auprès des lecteurs

**EDUSIDA : Pour une réponse globale du secteur de l'éducation  
Cadre d'action (2006)  
Évaluation**

L'UNESCO souhaiterait connaître votre opinion sur la présente publication et vous saurez gré de bien vouloir prendre le temps de répondre aux questions ci-après.

1. Les informations contenues dans la présente publication sont-elles selon vous :

- Très utiles       Assez utiles       Sans intérêt

**Observations :**

.....  
.....

2. Comment comptez-vous mettre à profit ces informations ? Cochez toutes les cases pertinentes :

- |   |   |                                      |
|---|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Élaboration des politiques       | <input type="checkbox"/> Rédaction de rapports/discours | <input type="checkbox"/> Recherche   |
| <input type="checkbox"/> Conception de projets/programmes | <input type="checkbox"/> Formation/ateliers             | <input type="checkbox"/> Conférences |
| <input type="checkbox"/> Outil de référence quotidien     | <input type="checkbox"/> Enseignement                   | <input type="checkbox"/> Autre       |
| <input type="checkbox"/> Sensibilisation                  | <input type="checkbox"/> Don à une bibliothèque         |                                      |

**Veillez donner des exemples précis de l'utilisation que vous comptez faire de la publication :**

.....  
.....

3. Veuillez indiquer le ou les domaine(s) qui vous semblent décrire le mieux le champ d'action de votre organisation :

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Éducation                            | <input type="checkbox"/> Jeunesse                           | <input type="checkbox"/> Religion         |
| <input type="checkbox"/> VIH et SIDA                          | <input type="checkbox"/> Questions intéressant les femmes   | <input type="checkbox"/> Affaires/travail |
| <input type="checkbox"/> Économie/planification/développement | <input type="checkbox"/> Santé/protection de la famille     | <input type="checkbox"/> Autre:           |
| <input type="checkbox"/> Médias                               | <input type="checkbox"/> Population/planification familiale |   |

4. Combien de personnes environ prendront connaissance de la publication dans votre organisation ? Combien environ l'utiliseront dans leur travail ?

5. Quelles modifications pourraient améliorer l'utilité de la publication ?

.....  
.....  
.....

**Indiquez, le cas échéant, ci-dessous combien d'exemplaires supplémentaires de la publication vous souhaiteriez recevoir. Si ce nombre est supérieur à 5, veuillez préciser l'usage que vous entendez faire de la publication.**

..... exemplaires

Usage :

.....  
.....

\* NB : des exemplaires au format PDF de la présente publication sont également disponibles sur le site Web de l'UNESCO à l'adresse suivante :

[http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001473/147360e.pdf\\_](http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001473/147360e.pdf_)

ou peuvent nous être demandés à: [aids@unesco.org](mailto:aids@unesco.org)

Timbre

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture  
(UNESCO)

Secteur de l'éducation

Division de la coordination des priorités des Nations Unies  
en matière d'éducation

Section VIH et SIDA

7, place de Fontenoy  
75732 Paris Cedex 07 SP

France

**Merci de votre coopération. Veuillez nous fournir quelques informations vous concernant :**

Nom : Téléphone :

Titre : Télécopie :

Organisation : Courriel :

Adresse :

Ville/Pays:

**Merci de nous retourner, après affranchissement, ce coupon plié et placé ou non dans une enveloppe à l'adresse susmentionnée. Il est également possible de nous le faire parvenir par télécopie au (+ 33) 1 45 68 56 36 ou par courriel à l'adresse suivante : [aids@unesco.org](mailto:aids@unesco.org)**

Appendice 10

## Objectifs concernant les versions linguistiques pour chaque catégorie de publication

Catégorie de publication	Distribution	Public visé type*	Versions linguistiques (versions recommandées ; d'autres versions peuvent être planifiées le cas échéant)
Ouvrages généraux et historiques	commerciale	Grand public, scientifiques et chercheurs	Anglais et/ou français, plus une autre langue de l'ONU
	gratuite	Décideurs	
Monographies	commerciale	Scientifiques et chercheurs, décideurs, éducateurs	Anglais et/ou français, plus une autre langue de l'ONU
	gratuite	Réseaux UNESCO	
Rapports mondiaux	commerciale	Grand public, scientifiques et chercheurs	Distribution simultanée dans les 6 langues officielles
	gratuite	Décideurs, réseaux UNESCO	
	gratuite en ligne	Grand public, médias spécialisés, éducateurs	
Rapports statistiques	commerciale	Scientifiques et chercheurs	Anglais et/ou français, plus une autre langue de l'ONU
	gratuite	Décideurs, réseaux UNESCO	
	gratuite en ligne	Médias spécialisés, éducateurs	
Actes	commerciale	Scientifiques et chercheurs	Une seule langue (langue de la conférence)
	gratuite	Communautés intéressées par le Programme, décideurs, réseaux UNESCO	
Principes directeurs, manuels et trousseaux à outils	commerciale	Communautés intéressées par le Programme	Langue du public visé, plus langue de communication pertinente
	gratuite	Éducateurs/enseignants/formateurs	
Matériels pédagogiques	commerciale	Communautés intéressées par le Programme	Langue du public visé plus langue de communication pertinente
	gratuite	Éducateurs/enseignants/formateurs	
Atlas	commerciale	Grand public, scientifiques et chercheurs	Anglais et/ou français, plus une autre langue de l'ONU
	gratuite	Réseaux UNESCO	
Bibliographies	commerciale	Scientifiques et chercheurs, décideurs, éducateurs	Anglais et/ou français
	gratuite	Réseaux UNESCO	
Dictionnaires, glossaires et thésaurus	commerciale	Scientifiques et chercheurs, éducateurs	Langue pertinente
	gratuite	Réseaux UNESCO	
Annuaire	commerciale	Scientifiques et chercheurs, décideurs	Anglais et/ou français
	gratuite	Réseaux UNESCO	
Revue	commerciale	Grand public, scientifiques et chercheurs	Anglais, français, et autres langues de l'ONU si possible
	gratuite	Réseaux UNESCO	
Revue savante	commerciale	Scientifiques et chercheurs	Anglais, français, et autres langues de l'ONU si possible
	gratuite	Réseaux UNESCO	
Lettres d'information et bulletins	commerciale	n. c.	Anglais et/ou français
	gratuite	Réseaux UNESCO	

\* Publics visés et distribution type définis sur la base des informations disponibles pour l'exercice biennal 2008-2009.