

Activités de relations publiques

Depuis son siège et ses bureaux au Japon et à l'étranger, la JICA diffuse des informations sur ses programmes et projets ainsi que sur les défis rencontrés par les pays en développement et leurs relations avec le Japon à travers divers médias et activités.

Lors de l'exercice 2017, la JICA a lancé une initiative unifiée de relations publiques axée sur un sujet spécifique pour une période donnée. Au mois d'août, le sujet choisi était le 50^e anniversaire de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE), et la couverture santé universelle (CSU) en décembre.

● Site internet et médias sociaux

Le site internet de la JICA et les médias sociaux présentent les problèmes entourant les pays en développement, les initiatives de la JICA ainsi que leurs résultats, et d'autres sujets basés sur des cas réels. La JICA tire parti des médias sociaux pour fournir des informations utiles au Japon et à l'étranger via Facebook, Twitter et YouTube.

● Magazines de la JICA

Le magazine mensuel en japonais, *mundi*, et le magazine trimestriel en anglais et en français, *JICA's World*, contiennent des articles consacrés à des sujets d'actualité, notamment sur les conférences internationales récentes et à venir. Ces magazines présentent également les initiatives de la JICA sur certains des défis qui attirent de plus en plus l'attention. L'aide pour les réfugiés, les entreprises face aux objectifs de développement durable (ODD) et les acteurs de la coopération internationale figuraient parmi les sujets abordés lors de l'exercice 2017.

● Pour les médias

Le siège de la JICA et les bureaux nationaux publient des communiqués de presse sur des opérations d'aide spécifiques. Ils organisent également des ateliers sur des sujets particuliers. Le siège se concentre sur les activités d'aide caractéristiques du Japon ainsi que sur les activités innovantes de la JICA. Les bureaux nationaux se concentrent sur l'aide fournie par les gouvernements locaux, les universités, les petites et moyennes entreprises (PME) et les volontaires japonais pour la coopération à l'étranger (JOCV) dans les différentes localités japonaises.

Pour les médias étrangers, les bureaux de la JICA à l'étranger publient des communiqués de presse et organisent des ateliers et des visites de presse sur les sites de coopération de la JICA. Au cours de l'exercice 2017, la JICA a invité des journalistes de dix pays d'Asie du Sud-Est au Japon à l'occasion du 50^e anniversaire de l'ANASE, leur donnant l'occasion de faire connaître la technologie et les expériences du Japon.

● Événements

La JICA présente ses activités directement au grand public lors d'événements sur la coopération internationale tels que le Global Festa Japan, qui a lieu tous les ans à Tokyo.

La JICA organise divers événements attirant de nombreux visiteurs au Japon et à l'étranger seule ou avec le ministère des Affaires étrangères, des gouvernements locaux, des universités et des ONG.

● Supporters officiels de la JICA

Tsuyoshi Kitazawa, ancien membre de l'équipe nationale de football du Japon, et Naoko Takahashi, médaillée d'or du marathon féminin aux Jeux olympiques de Sydney, travaillent comme supporters officiels de la JICA. Ils ont visité respectivement la Colombie et le Vietnam lors de l'exercice 2017. Ils se sont familiarisés avec les réalités de ces pays en développement et les diverses activités de la JICA pour y faire face, et leurs visites ont été largement couvertes par les médias.



<Projet Nantoka shinakya>

Le projet Nantoka shinakya (Nous devons agir), ou Nan-pro encourage la participation du public à la coopération internationale. Le projet est mis en œuvre par une ONG japonaise, Center for International Cooperation (JANIC), le bureau de représentation du Programme des Nations unies pour le développement (PNUD) à Tokyo, le Centre d'information des Nations unies (UNIC) et la JICA. En partenariat avec des célébrités et des organisations membres réunies autour du concept Nan-Pro, le projet partage des informations sur la situation des pays en développement et les opportunités liées à la coopération internationale.

Pour atteindre un public jeune, Nan-pro s'efforce de mettre en valeur l'aspect ludique de ses activités. En alignant des événements promotionnels à des activités de relations publiques basées sur internet et les réseaux sociaux, le projet stimule l'intérêt et les actions pour la coopération internationale dans toute la société. Lors de l'exercice 2017, Nan-pro a mis l'accent sur l'explication des ODD dans un langage simple.



M. Ichiro Yatsui, un artiste japonais, lors de sa visite à une JOCV affectée au Sri Lanka dans le cadre d'une série de reportages sur les ODD. M. Yatsui a interviewé des responsables d'ONG, d'agences onusiennes et d'entreprises engagées pour la réalisation des ODD, et il a collaboré avec un YouTuber de renom.