


Communication



De manière générale, le Département Communication de l'ESA a dû faire face à de nombreux défis au cours de l'année 2003, tout d'abord en raison d'un certain nombre d'accidents sérieux qui se sont produits fin 2002 et début 2003 : les conséquences de l'échec du vol Ariane 517 en décembre 2002 et le report du lancement de Rosetta ont conduit à réviser totalement la stratégie de communication en mettant davantage l'accent sur les activités d'explication et une communication de crise auprès des médias. Malgré le caractère délicat des informations à communiquer, les stratégies de communication définies de manière ad hoc ont permis de limiter le nombre des titres négatifs parus dans la presse, sans toutefois pouvoir les éviter totalement. Cette communication de crise a été particulièrement utile lors de l'accident de la navette Columbia en février 2003. Plusieurs groupes de travail internes ont été aussitôt constitués, ce qui a permis de fournir des informations bien coordonnées et à l'Agence de s'exprimer d'une seule voix.

L'année 2003 a été néanmoins très fructueuse et marquée par de nombreux points forts comme les campagnes de communication sur les missions Mars Express, SMART-1 et Cervantes.

Campagnes de communication

Parallèlement aux nombreuses actions de communication ponctuelles qu'il a entreprises, le Département Communication de l'ESA a lancé trois campagnes de communication, combinant différents outils. Ces campagnes ont été organisées en coopération étroite avec les délégations nationales et les différentes directions de l'ESA.

Mars Express

La campagne de communication consacrée à Mars Express s'est avérée la plus réussie de toutes celles entreprises par l'ESA. Au moment du lancement, plusieurs centaines d'articles ont été publiés par les plus importants journaux et magazines européens. Une sélection de plus de 300 de ces articles a permis de dénombrier un lectorat potentiel de 50 millions de personnes et une analyse qualitative des coupures de presse européennes a confirmé le bon accueil réservé au projet. Quelque 150 millions de téléspectateurs ont suivi les retransmissions en direct du lancement et les reportages sur la mission. Des services en ligne comme Tiscali Europe et T-Online ont accepté la proposition de l'ESA de fournir sur leurs pages des liens vers le portail Web de l'Agence. Celui-ci a accueilli plus de 68 000 visiteurs le jour du lancement, ce qui constitue son record. Le Département Communication de l'ESA a invité ses points de contact dans tous les Etats membres à organiser des manifestations nationales à l'occasion du lancement. L'Agence leur a apporté un soutien en nature en assurant les retransmissions en direct du lancement et en leur fournissant des panneaux d'exposition, du matériel d'information ou encore des intervenants. Au total, 22 manifestations ont été organisées à l'attention d'un public de VIP, réunissant plus de 10 000 invités et représentants des médias.

SMART-1

On ne s'attendait pas à ce que la campagne de communication SMART-1 rencontre le même succès que celle de Mars Express. Les résultats obtenus se sont donc avérés étonnamment positifs :



L'ESA au Musée national des sciences naturelles de Madrid présentant une exposition coïncidant avec la mission Cervantes vers la Station spatiale internationale avec à son bord l'astronaute de l'ESA Pedro Duque

- Le défi, en termes de stratégie de communication, consistait à délivrer trois messages clés : a) décrire les objectifs scientifiques de la mission, b) expliquer les technologies innovantes ouvrant la voie à de futures missions et c) souligner que le programme de lanceur européen était de nouveau sur les rails, comme le démontrait le lancement réussi de SMART-1 par une Ariane-5. La presse écrite et, plus particulièrement, la télévision ont relayé l'ensemble de ces messages dans de nombreux articles et reportages et l'on peut considérer que la couverture médiatique de cette mission a été très satisfaisante, tant du point de vue quantitatif que qualitatif.
- Les manifestations pour VIP (dont 30 journalistes) organisées à l'ESOC à l'occasion du lancement, ainsi que celles qui ont eu lieu dans d'autres établissements de l'Agence, ont attiré des centaines de visiteurs. L'important événement organisé à Stockholm, avec l'aide considérable de l'ESA, a également rencontré un grand succès.
- Toute une série d'autres initiatives – voyage de presse, communiqués, interviews diverses, pages Web spécialisées, etc. – ont contribué au succès de la campagne.

Mission Cervantes

Compte tenu de la situation actuelle de l'ISS, le Département Communication de l'ESA a estimé que la réussite de la campagne de communication, organisée autour de la première mission lancée vers la Station spatiale avec la participation d'un astronaute de l'ESA, l'Espagnol Pedro Duque, depuis l'accident de Columbia, était un objectif hautement prioritaire. Le



Ecoliers en liaison téléphonique avec Pedro Duque pendant son séjour sur l'ISS

concept choisi pour la campagne, similaire à celui adopté pour la mission précédente à destination de l'ISS, organisée avec la participation de l'astronaute belge de l'ESA, Frank de Winne, a consisté à combiner différentes initiatives innovatrices, notamment les suivantes :

- accords de partenariat avec les plus importants journaux espagnols et dispositif TV de haute qualité professionnelle ;
- pages Web spéciales en anglais et en espagnol, proposant des transmissions vidéo en continu et autres éléments spécifiques ;
- remarquable exposition organisée dans un musée non spécialisé du centre de Madrid pour présenter les programmes spatiaux



Stand de l'ESA au 45ème Salon international de l'aéronautique et de l'espace du Bourget, en juin



Un angle du pavillon de l'ESA au Bourget

européens en général et la mission Cervantes en particulier ;

- participation de personnalités politiques de premier plan à l'inauguration de l'exposition madrilène et à différentes manifestations organisées pendant le vol, qui a permis de



Visite du Président Jacques Chirac (à gauche) au pavillon de l'ESA au Bourget, le 14 juin, accompagné de l'ancien Directeur général de l'ESA, Antonio Rodotà, et du nouveau Directeur général, Jean-Jacques Dordain (à droite)

confirmer que leur apparition publique lors de manifestations liées à l'espace entraînait une bonne couverture médiatique.

Ces nouvelles initiatives, combinées à des activités plus « classiques », ont abouti à des



De jeunes passionnés de l'espace regardent un film sur l'observation de la Terre sur le stand de l'ESA à l'IAC

résultats très positifs. Toutes ces activités ont été conçues dans le but d'atteindre une visibilité équilibrée pour l'ESA et le CDTI espagnol, au bénéfice des deux organisations.

Relations avec les médias

En 2003, la Division des relations avec les médias a organisé de nombreuses interviews, dont plus de 500 au siège de l'Agence à Paris. Elle a répondu à plus de 2500 demandes de photos, publié une centaine de communiqués de presse et de notes d'information et réalisé un millier de photos. Elle a également organisé plus de 15 voyages et conférences de presse, à l'occasion desquels elle a invité directement plus de 300 journalistes.

Les principaux sujets couverts par les médias ont été :

- l'accident de Columbia et l'avenir de l'ISS et de la contribution européenne à la Station ;
- la mission Rosetta, notamment son report ;
- le Conseil ministériel de l'ESA ;
- Galileo ;
- Mars Express ;
- SMART-1 ;
- la mission Cervantès à destination de l'ISS.

Les articles négatifs concernant l'ESA ont été très peu nombreux, en dépit des circonstances difficiles rencontrées au cours du premier

trimestre qui ont largement mis à l'épreuve les stratégies d'explications et de communication de crise adoptées par l'ESA. La Division des relations avec les médias a épluché quotidiennement les informations publiées par 95 des plus importants magazines, sites Internet, agences de presse et journaux quotidiens de tous les Etats membres de l'ESA. L'ESA et ses programmes ont été cités au total dans plus de 1200 articles, touchant un public potentiel de plus de 170 millions de lecteurs, pendant le premier semestre 2003. On peut citer à titre d'exemple les chiffres suivants, qui témoignent de la couverture positive que les médias ont accordée en 2003 au Conseil ministériel de l'ESA :

- nombre d'articles publiés dans les grands journaux nationaux : 80 ;
- nombre de lecteurs (nombre de contacts) : 8 254 160 ;
- mention de l'ESA dans 95% des articles ;
- citation de représentants de l'ESA dans 55% des articles ;
- pourcentage d'articles au ton favorable ou neutre : 90%.

Les trois principaux événements ayant fait l'objet d'une couverture télévisée ont été les missions Mars Express, SMART-1 et Cervantes, générant chacune une couverture médiatique très supérieure à ce qui avait été mesuré dans le

passé pour des événements de ce type. Chaque Européen qui a regardé les informations télévisées le jour des lancements de Mars Express et de SMART-1 a pu voir un ou plusieurs sujets télévisés présentant ces missions sous un jour favorable.

Un tel résultat a pu être obtenu grâce à la conjugaison des facteurs suivants :

- fourniture aux journalistes de nouvelles informations et de nouvelles images vidéo adaptées, au cours des semaines précédant les lancements ;
- invitation à assister au lancement, adressées aux principales chaînes de télévision, comme la BBC et TVE, avec des installations sur site permettant le montage et la transmission par satellite de reportages et d'interviews ;
- production par l'ESA d'une retransmission télévisée en direct du lancement, accompagnée de la diffusion d'images d'informations dans les heures précédant et suivant le lancement.

Plus de 70 participations aux échanges d'images d'actualité ont permis de proposer des documents intéressants tous les programmes de l'Agence et d'accompagner tous les événements ESA de séquences vidéo destinées aux diffuseurs.

Expositions et manifestations

L'ESA a participé à une centaine d'expositions en 2003, mais c'est sans doute son pavillon au Salon du Bourget qui a connu le plus grand retentissement. Le CNES ayant dû renoncer à partager, comme les autres années, un pavillon avec l'ESA, celle-ci s'est trouvée confrontée au défi d'avoir à installer le pavillon de l'Agence sans partenaire pour en partager les coûts tout en respectant le cadre budgétaire fixé à l'origine. Plus de 50 000 visiteurs, dont de nombreuses personnalités invitées, et une forte présence des médias attestent du succès remporté. Plusieurs manifestations et ateliers conçus sur mesure ont permis aux différentes directions de programmes de l'ESA de recevoir leurs interlocuteurs les plus importants dans un environnement spectaculaire. La toute dernière politique de l'ESA, consistant à promouvoir également toutes les agences

spatiales des Etats membres, s'est traduite, par exemple, par l'affichage de leurs logos dans différents secteurs de l'aire d'exposition.

L'exposition « Europa en el espacio », organisée à Madrid à l'occasion de la mission qui a conduit l'astronaute espagnol de l'ESA Pedro Duque à bord de l'ISS, a constitué un autre événement important. Elle a permis d'illustrer la nouvelle stratégie de communication de l'ESA qui vise à renforcer la coopération établie avec les agences nationales. Cette exposition, installée au « Museo Nacional de Ciencias Naturales » situé au centre de la capitale espagnole, a été inaugurée par le nouveau ministre espagnol de la Science et de la Technologie, en présence d'une centaine d'invités et d'un nombre considérable de journalistes et d'équipes de télévision.

Autres participations importantes de l'ESA en 2003 : IAC (Brême, Allemagne), Salon aéronautique de Moscou (Moscou, Russie), British Space Festival (Guilford, Royaume-Uni), Exposition sur la Communication – Pavillon de la Connaissance (Lisbonne, Portugal), Salon international de l'automobile IAA (Francfort, Allemagne), Exposition spatiale Avaruus (Helsinki, Finlande) et expositions organisées par l'Eurospace Centre (Redu, Belgique).

Communication en ligne

D'après les chiffres récents, le portail de l'ESA bénéficie désormais d'une portée considérable, devenant l'un des sites les plus populaires du Web. L'arrivée de Mars Express sur la planète rouge le jour de Noël a attiré un nombre record de 285 000 visiteurs externes, avec un total de 2 224 000 pour l'ensemble du mois de décembre. Le record précédent était de 70 000 en un seul jour. Tout au long de l'année 2003, le portail Web de l'ESA a enregistré en moyenne 700 000 visiteurs externes par mois, contre 200 000 en 2001. Cette soudaine explosion des visites est due à un certain nombre d'initiatives spécifiques.

Premièrement, des efforts particuliers ont été mis en oeuvre pour améliorer la qualité et la quantité des informations présentées dans les différentes langues des Etats membres. Alors qu'il y a deux ans, les informations proposées en ligne par le portail de l'ESA étaient presque exclusivement rédigées en anglais, les pages nationales présentées à la mi-

2003 incluait déjà divers articles présentant certains programmes de l'ESA sous l'angle national. Un nouveau service est venu s'ajouter à ce dispositif en juillet : les articles les plus intéressants sont désormais régulièrement traduits dans toutes les langues des Etats membres. Les pages consacrées à certains programmes particulièrement en vue, comme les éléments multimédias consacrés à Mars Express, sont également disponibles dans toutes les langues.

Deuxièmement, les partenariats extérieurs avec des sites Web et services en ligne très visités ont continué de s'améliorer. De nombreux fournisseurs d'accès tels que Tiscali et T-Online, ainsi que les sites d'information proposés par les chaînes de télévisions, revues et journaux les plus importants (BBC Online, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Natural Geographic, etc.) proposent désormais des liens permanents vers le portail de l'ESA. Des projets de coopération spéciaux ont été mis en place à l'occasion des missions Mars Express, SMART-1 et Cervantes (notamment avec le quotidien El País).

Par ailleurs, deux projets concernant le Web ont été lancés après des discussions approfondies au sein du groupe de travail Communication, réunissant des représentants de tous les Etats membres. Le premier projet, consistant à fournir un point d'entrée à toutes les galeries multimédias nationales en ligne, a été mené à bien au cours de l'été. Le second projet, une visite virtuelle des centres spatiaux européens, présentant de manière très accessible au grand public les sites les plus intéressants des différents Etats membres (instituts de recherche, centres de contrôle, etc.), est en cours de préparation.

Enfin, dans le cadre de ses activités multimédias en pleine expansion, le portail de l'ESA a lancé en décembre un nouvel élément, « VideoTalk », séquence vidéo au cours de laquelle un commentateur présente, de manière simple et interactive, des aspects clés de l'exploration spatiale.

ESTEC

L'immense popularité des missions de l'ESA vers la Lune et vers Mars ainsi que l'annonce du vol de l'astronaute néerlandais de l'ESA André Kuipers ont généré une intense activité tout au long de



La page d'accueil du portail de l'ESA sur le Web

l'année à l'ESTEC. Au total, plus de 500 interviews ont été organisées (contre 200 environ l'année précédente), 26 équipes de télévision sont venues filmer à Noordwijk et huit manifestations spécifiques, liées notamment aux lancements, ont eu lieu à destination des médias néerlandais et/ou nordiques dans le cadre de la nouvelle fonction de liaison de l'ESTEC en tant que Bureau national.

L'ESTEC a reçu cette année 61 000 visiteurs, dont plus de 200 invités VIP à des réunions d'information sur le site ou des manifestations organisées par l'ESA dans les pays du Nord. Soixante-cinq visites pédagogiques, soit plus d'une par semaine, ont été organisées. Le très populaire « Space Train » a accueilli à son bord environ 6 000 des 74 000 visiteurs de Space Expo à l'ESTEC, leur donnant une meilleure impression de ce qu'impliquent réellement la recherche et la technologie spatiales. Enfin et surtout, le personnel de l'ESTEC a été invité à 16 occasions à participer à des manifestations ou présentations avec d'autres collègues afin d'améliorer la communication interne.

Autres événements marquants de l'année : l'immense succès de l'exposition Avaruus 2003 à Helsinki (Finlande), le triomphe de l'équipe

d'étudiants néerlandais vainqueurs une nouvelle fois du Défi solaire mondial, en un temps record, avec leur voiture « Nuna 2 », qui intègre des technologies spatiales, et une large participation des astronautes Christer Fuglesang et André Kuipers à des manifestations publiques en Suède pour le premier et aux Pays-Bas pour le deuxième. L'une des principales réalisations de l'année est également la production d'un nouveau film sur l'ESTEC en plusieurs langues.

ESOC

Cette année, le Centre des opérations spatiales de l'ESA a suscité le plus grand intérêt de son histoire, accueillant plus de 6 000 visiteurs, de l'écolier au représentant européen de haut niveau. Le lancement de SMART-1 en septembre a attiré près de 300 représentants des médias et invités venant assister au décollage de la première mission européenne vers la Lune. Parmi les personnalités ayant assisté à l'arrivée de Mars Express sur la planète rouge en décembre se trouvait Edelgard Buhlmann, ministre allemande de l'Education et de la Recherche, qui préside actuellement le Conseil de l'ESA au niveau ministériel. Dans son discours devant une centaine de représentants des médias et 250 invités présents à l'ESOC le jour de Noël, elle a souligné l'importance du succès de la mission Mars Express pour l'Europe.

L'intérêt actuel pour la planète Mars a également motivé l'organisation d'une grande exposition d'un an au Musée d'histoire naturelle de Berne (Suisse) et d'un nouveau spectacle en trois dimensions visible depuis décembre au Planétarium de Vienne. Ces deux initiatives sont soutenues par l'ESA dans le cadre de la campagne de communication de Mars Express et intéressent beaucoup le public. L'ESOC a également participé à une grande exposition sur les activités spatiales, organisée dans trois centres commerciaux en Allemagne : Neu Isenburg, Augsburg et Munich, pendant les mois de septembre et d'octobre.

Le Centre a également accueilli le concours « Jugend forscht », existant depuis plusieurs années et visant à susciter l'intérêt des jeunes allemands pour les sciences. Les épreuves au niveau régional ont eu lieu le 13 février, réunissant une centaine de jeunes âgés de 12 à 18 ans. Dans

le cadre de la journée nationale des filles, visant à encourager les jeunes filles à se diriger vers des carrières scientifiques, l'ESOC leur a ouvert ses portes en avril pour leur permettre de rencontrer des ingénieurs de l'ESA et de découvrir le monde de la technologie spatiale.

ESRIN

L'année 2003 a été une année très positive pour l'ESRIN. La journée portes ouvertes organisée pendant la Semaine de la science, en coopération avec des instituts de recherche nationaux italiens, a attiré plus d'un millier de visiteurs. L'ESRIN a participé également à la troisième conférence parlementaire sur l'espace, en mai.

Plusieurs ateliers importants de l'ESA se sont tenus à l'ESRIN cette année : en mai l'atelier de télémédecine par satellite dans la société de l'information, en septembre l'atelier des utilisateurs de l'Elément Services GMES et en octobre les ateliers Fringe et MERIS. Un grand nombre d'experts internationaux et d'utilisateurs dans les domaines des télécommunications et de l'observation de la Terre ont participé à ces ateliers.

L'ESRIN a soutenu également un événement clé dans le cadre de la présidence italienne de l'Union européenne : la présentation du projet E-Screen sur le cinéma numérique lors du Festival international du film de Venise fin août, en présence des ministres de la Culture de l'Union européenne.

L'ESRIN a reçu la visite de nombreuses personnalités de ministères et délégations des Etats membres de l'ESA, notamment celle de l'Assemblée parlementaire de l'OTAN en juillet et d'une délégation du Parlement européen en septembre.

L'ESRIN a participé aussi activement à la préparation du Forum GMES qui s'est tenu à Baveno (Italie) en novembre et à la réunion COP9 sur le protocole de Kyoto à Milan en décembre.

Concernant les activités en Espagne et au Portugal, le Bureau national de l'ESRIN a contribué à l'organisation, avec le ministère et le GRICES, de la première journée portugaise de l'espace, s'adressant aux décideurs, industriels et médias. En novembre, le Bureau a participé à

l'organisation des célébrations du 25ème anniversaire de la station de l'ESA de Villafranca près de Madrid, avec la visite d'une délégation parlementaire espagnole et de nombreux invités et médias extérieurs.

EAC

L'EAC a reçu cette année plus de 700 demandes pour la participation d'astronautes de l'ESA à des manifestations publiques ou interviews. Ces astronautes ont été de parfaits ambassadeurs de l'ESA, informant le public à la fois sur l'Agence et sur l'EAC et apportant plus de transparence sur les activités de l'ESA en matière de vols habités, dans toute l'Europe. Seulement 16% des demandes ont été refusées ou ont dû être annulées en cours de processus (contre 5% en 2002), en raison de la disponibilité limitée des astronautes allemands qui avaient plusieurs rendez-vous professionnels en même temps. Près de 41% des demandes concernaient des interviews avec des médias, en particulier suite au tragique accident de Columbia.

En tant que base du Corps des astronautes européens, l'EAC s'engage à organiser des manifestations liées aux vols habités auxquels participent les astronautes ou soutenus par eux. Cette année, l'EAC a organisé plusieurs manifestations de ce genre, devant un public d'une centaine de personnalités provenant de différents milieux : gouvernements, ambassades, entreprises privées, écoles et universités. Ces manifestations étaient entre autres :

- la manifestation postérieure à la mission Odissea,
- le lancement de la mission Cervantes,
- des manifestations du DLR avec participation de l'EAC.

L'EAC a reçu au total 7 609 visiteurs cette année.

Communication interne

Les principaux outils destinés aux membres du personnel sont :

- les publications sous la forme du journal interne « ESA Today » (trois éditions régulières et un numéro spécial en 2003) ;
- la communication en ligne sous deux formes : les messages « Internal News » sous Lotus Notes, via « ESA Workbench » (Intranet) ou via le portail de l'ESA sur le Web, et les réponses

aux questions et commentaires du personnel ;

- les manifestations organisées à l'attention du personnel autour de transmissions vidéo et les allocutions du Directeur général au personnel.

Les activités 2003 ont été notamment marquées :

- par une amélioration du contenu, du style et de la présentation du journal interne « ESA Today » qui lui donne un caractère plus journalistique et le rend plus attrayant ; un plus grand nombre d'auteurs y participent et ces auteurs sont également mieux conseillés dans la préparation de leurs articles ;
- par une meilleure qualité des manifestations organisées à l'attention du personnel autour de la retransmission vidéo des lancements : participation systématique de commentateurs et mise au point d'un dispositif permettant d'offrir des transmissions plus fiables, avec systèmes de secours, etc. ;
- par une contribution à la manifestation organisée avec la Conseillère chargée des questions de diversité et d'égalité hommes-femmes dans tous les établissements de l'ESA, à l'occasion de la Journée internationale des femmes ;
- d'importants efforts ont été accomplis pour que les prestations à l'attention du personnel puissent être relayées vers le plus grand nombre possible de sites périphériques (bureaux et unités décentralisés).



Gestion de la qualité et analyse d'impact

Plusieurs initiatives ont été lancées en 2003 dans le domaine du contrôle de qualité et de l'analyse d'impact, anticipant en cela sur les recommandations faites à ce sujet par la Commission de vérification des comptes. Un service d'analyse qualitative et quantitative des médias par exemple a été mis en place en début d'année. Une enquête de satisfaction sur les services offerts par la Division des relations avec les médias a été effectuée auprès des journalistes. Les visiteurs des musées et expositions ont également été interrogés. Un premier « Rapport de qualité » sur la communication a été réalisé en milieu d'année, et une enquête d'opinion sur l'espace a été lancée auprès du public dans tous les Etats membres de l'ESA.

Publications

En début d'année, les efforts ont principalement porté sur la préparation du Rapport annuel de l'ESA au Conseil ainsi que sur la publication et une large diffusion de la brochure The European Space Sector in a Global Context – ESA's Annual Analysis, préparée pour le dernier Conseil ministériel.



On a également continué à travailler sur la transformation du Bulletin de l'ESA en un magazine « plus aéré », davantage accessible à un lectorat élargi, comprenant des décideurs appartenant ou non au secteur spatial. Les premières réactions des lecteurs ont été extrêmement encourageantes.



Des efforts considérables ont été consacrés à la réalisation de la brochure The Space Dimension (le défi spatial) qui évoque le large éventail des missions de l'Agence, présentes et futures, et doit contribuer à renforcer l'intérêt que suscite le programme spatial européen. Cette brochure a été publiée en novembre en anglais.

La Division ayant pour première mission de valoriser les activités de l'ESA, de nombreuses publications, qu'elles soient d'un haut niveau scientifique et technique ou qu'elles prennent la forme de lettres d'informations ou de plaquettes destinées aux activités de relations publiques, ont été conçues pour servir les différentes directions de l'Agence.





On peut citer à titre d'exemple :

- The European Utilisation Plan for the International Space Station et The ISS Education Fund, pour la Direction Vols habités, recherche et applications ;
- Harmonization of European Technology – From Concept to Master Plan, pour la Direction des Affaires industrielles & Programmes technologiques ;
- CryoSat : ESA's Ice Mission et GOCE : ESA's Gravity Mission, pour la Direction des Programmes d'observation de la Terre ;
- Business with ESA Telecom, pour la Direction des Applications ;
- Report on the Activities of RSSD et The SOHO/SUMER Atlas, pour la Direction du Programme scientifique ;
- VILSPA : The ESA Ground Station in Spain, pour la Direction du Soutien technique et opérationnel.

Les Publications ont apporté leur soutien à 25 conférences et symposiums soutenus par l'ESA et organisés par les différentes directions en 2003, les actes devant être publiés sous forme de brochures et de CD-ROM.

La Division a également contribué à la réalisation du rapport annuel de l'Institut international de recherche spatiale (ISSI) en milieu d'année, dans le cadre du soutien apporté par l'ESA aux autres organisations spatiales.

Une autre brochure importante pour l'ESA et publiée en 2003 est le Livre vert sur la politique spatiale européenne : Rapport sur le processus de consolidation, réalisé à l'automne pour le secrétariat de la Task Force conjointe CE/ESA.

Le Bureau Projets éducatifs a bénéficié d'un soutien très important au cours de l'année, avec la préparation d'un matériel didactique destiné à des écoliers et à des étudiants appartenant à différents groupes d'âge, notamment pour la troisième édition de la grande manifestation pédagogique scientifique « Physique en scène » qui a eu lieu à l'ESTEC en novembre. L'immense succès du Kit éducatif sur l'ISS, publié pour la première fois en octobre 2002, a suscité une forte demande et il a fallu le rééditer en anglais et le traduire dans dix autres langues d'Etats membres.

