



Convention sur la diversité biologique

Distr.
GENERALE

CBD/SBI/3/4/Add.1
18 février 2021

FRANÇAIS
ORIGINAL : ANGLAIS

ORGANE SUBSIDIAIRE CHARGÉ DE
L'APPLICATION

Troisième réunion

Lieu et dates à confirmer

Point 5 de l'ordre du jour provisoire*

COMMUNICATION POUR LE CADRE MONDIAL DE LA BIODIVERSITE POUR L'APRES-2020

Note de la Secrétaire exécutive

I. INFORMATIONS GENERALES

1. Le projet initial du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 ([CBD/POST2020/PREP/2/1](#)) reconnaît l'importance de la sensibilisation et des communications pour sa mise en œuvre. Ce projet initial indique que tous les acteurs doivent contribuer à faire connaître le cadre mondial. Il évoque aussi la nécessité d'un engagement de toute la société pour le mettre en œuvre. Ceci inclut des activités menées aux niveaux local, national, régional et mondial, ainsi que le besoin de mettre en œuvre le cadre d'une manière qui complète les autres processus et stratégies internationaux pertinents.
2. Dans la décision [14/34](#), la Conférence des Parties a décidé que le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 devrait être accompagné d'une mission pour 2020 inspirante et motivante, comme étape dans la réalisation de la Vision pour 2050 de "Vivre en harmonie avec la nature", qui sera appuyée par une stratégie de communication cohérente, complète et innovante. Le projet de mission pour 2030 contenu dans le projet initial du cadre mondial est de : "prendre d'urgence des mesures dans l'ensemble de la société pour mettre la biodiversité sur la voie du rétablissement au profit de la planète et des populations."
3. Le présent document constitue le cadre au regard duquel une stratégie de communication peut être élaborée pour appuyer la mise en œuvre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, de ses objectifs axés sur l'action et de ses buts, et de la mission pour 2030 qui sera convenue par les Parties. Il conviendra d'élaborer davantage la forme finale de la stratégie, sur la base du texte final convenu du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 et de la décision pertinente de la quinzième réunion de la Conférence des Parties. Par la suite, il conviendra d'effectuer un examen et une mise à jour périodiques de la stratégie, conformément aux processus décrits dans la partie VIII ci-dessous.

II. PORTEE ET BUT DU CADRE

4. Le cadre ci-après devrait être utilisé pour orienter les actions et les activités de tous les acteurs et partie prenantes, lorsqu'ils sensibilisent et communiquent sur la mise en œuvre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020. Ces premières orientations visent à éclairer l'élaboration ultérieure de stratégies et plans d'action spécifiques aux niveaux mondial, régional, national et infranational, et par les peuples autochtones et les communautés locales, en vue de communiquer la mission pour 2030 du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, d'une façon qui appuie sa mise en œuvre et amplifie la sensibilisation aux succès obtenus. Le cadre devrait être élaboré davantage lors que le cadre mondial de la

* CBD/SBI/3/1.

biodiversité pour l'après-2020 aura été adopté, et il devrait faire l'objet d'un examen et d'une mise à jour périodiques durant la période de 10 ans couvrant la mise en œuvre du cadre.

III. BUTS

5. Les activités de communication menées dans le cadre de cette stratégie doivent appuyer les mesures prises pour réaliser la mission de 2030, y compris les mesures prises pour atteindre les buts, les objectifs axés sur l'action et la théorie du changement qui sous-tendent le cadre. Dans l'ensemble, la stratégie a vocation non seulement à contribuer à la réalisation de la mission pour 2030, mais aussi, de la Vision pour 2050 au titre de la Convention. Dans ce contexte, les principaux buts sont les suivants :

A. Communiquer l'état d'avancement de la mise en œuvre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020

6. Montrer l'état d'avancement de la mise en œuvre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, de sa mission pour 2030 et de ses buts et objectifs axés sur l'action aux niveaux mondial, régional, national et infranational. Ces communications devraient montrer comment la mise en œuvre du cadre est effectuée dans le cadre de mesures prises par d'autres processus, y compris les conventions relatives à la biodiversité, d'autres acteurs qui s'occupent de la biodiversité et d'autres acteurs concernés. Les activités de communication donneront une vue d'ensemble de l'état d'avancement de la mise en œuvre, en vue de fournir une inspiration pour d'autres actions à mener pour atteindre la Vision 2050.

B. Encourager vivement des actions supplémentaires lorsqu'elles sont nécessaires

7. En lien avec le premier but, les communications doivent encourager un appui fourni à des actions supplémentaires liées aux buts et aux objectifs axés sur l'action du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 pour lesquels les mesures actuelles montrent que des progrès insuffisants ont été réalisés. Les communications devraient promouvoir des actions supplémentaires en soutenant des initiatives d'une manière positive, en avertissant des conséquences d'une absence de mesures, ou en montrant comment des mesures prises dans d'autres domaines peuvent être reproduites afin d'avancer dans la réalisation de la mission pour 2030.

C. Démontrer l'intérêt que présente le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 pour relever des défis mondiaux importants, tels que les changements climatiques, la dégradation des terres, la santé humaine ou le développement durable

8. Les activités de communication montreront les liens qui existent entre la biodiversité et plusieurs questions importantes. Celles-ci incluent les incidences des changements climatiques sur la biodiversité, ainsi que les solutions fondées sur la nature pour faire face aux changements climatiques, conformément aux messages énoncés par la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques. De même, la stratégie devra montrer comment les travaux menés au titre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 contribuent aux travaux effectués au titre de la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification. Les messages de la Convention sur la diversité biologique doivent être reliés au programme et aux messages concernant la neutralité de la dégradation des terres au titre de la Convention sur la lutte contre la désertification, ainsi qu'aux objectifs de la Décennie des Nations Unies sur la restauration des écosystèmes.¹

9. La question de la santé humaine constitue aussi un domaine important dans lequel la contribution de la mise en œuvre du cadre mondial à la réalisation des objectifs autres que la biodiversité doit être soulignée. Il conviendra en particulier de relier les travaux menés au titre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 au programme Une santé, à la prévention des pandémies et à d'autres questions relatives à la santé humaine.

¹ Résolution [73/284](#) de l'Assemblée générale des Nations Unies.

10. Les liens étroits entre le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 et les buts du Programme de développement durable à l'horizon 2030² constitueront aussi un point important des messages et ceci renforcera les synergies. Une harmonisation entre les deux programmes facilitera ces initiatives.

11. Pour tout ce qui précède, il conviendra de mettre l'accent sur la création de ponts entre les initiatives de communication, et sur la création de synergies. Il existe déjà des exemples de modèles à suivre, tels que le rôle de la biodiversité dans le programme de développement durable, le rôle de la biodiversité dans la sécurité alimentaire, l'approche de solutions fondées sur la nature pour faire face aux changements climatiques, ou le rôle de la biodiversité dans la santé humaine.

D. Appuyer l'intégration et mettre en valeur l'intérêt que présente le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 pour des acteurs qui se trouvent en dehors de la communauté habituelle chargée de la biodiversité

12. Le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 nécessitera un engagement de toute la société pour sa mise en œuvre. Il conviendra, entre autres, de mener des activités aux niveaux infranational, national, régional et mondial, et de mettre en œuvre le cadre d'une façon complémentaire des autres processus et stratégies internationaux pertinents. En conséquence, la stratégie de sensibilisation doit cibler différents acteurs qui ont été laissés en dehors jusqu'à présent des objectifs de la Convention sur la diversité biologique, bien que leurs actions aient un impact sur le programme de la biodiversité. Les secteurs qui ont été recensés aux treizième et quatorzième réunions de la Conférence des Parties sont des exemples de communautés qui devraient être ciblées en vue d'obtenir leur engagement. Dans les communications adressées à ces communautés ou secteurs, il conviendrait de mettre l'accent sur leurs principales préoccupations et sur la façon dont la biodiversité permet d'y répondre.

13. Cette approche nécessite également des stratégies de communication pour garantir une approche en matière d'action à l'échelle de tout le gouvernement. Bien que certains ministères clés aient déjà contribué aux plans pour atteindre la Vision 2050, il convient également de faire en sorte que les communications dans tous les ministères de gouvernement soient garanties, et qu'elles encouragent des actions.

14. Les secteurs des finances et des entreprises constituent des publics extrêmement importants pour les activités de communication. En tant qu'usagers importants de la biodiversité et de ses services écosystémiques, la capacité des entreprises à soutenir une consommation et une production durables sera cruciale pour pouvoir atteindre les buts de la Convention. Il est important de relier la conservation et l'utilisation durable de la biodiversité à la responsabilité sociale des entreprises. Plus important encore, il faut mettre en avant les profits commerciaux et financiers retirés d'une action en faveur de la biodiversité. D'autre part, le rôle des entreprises en tant qu'utilisateur de ressources génétiques dans le contexte du Protocole de Nagoya sur l'accès et le partage des avantages est un élément important également.

E. Faire en sorte que les principales parties prenantes soient représentées

15. En plus des publics habituels mentionnés ci-dessus, il est important de faire en sorte que les peuples autochtones et communautés locales, les jeunes, les femmes et les secteurs importants de la société civile soient ciblés par les communications et intégrés dans les initiatives de communication. Les considérations relatives à l'égalité des sexes doivent être intégrées dans tous les travaux.

F. Assurer un suivi de la mise en œuvre pour obtenir d'autres soutiens

16. La stratégie doit aussi comprendre un élément spécifique pour faire en sorte que le suivi de la mise en œuvre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 soit transparent, et facile à communiquer aux médias et à d'autres acteurs. Le but sera d'utiliser les communications sur les progrès accomplis comme outil pour renforcer la mise en œuvre à tous les niveaux. Les acteurs de la Convention sur la diversité biologique et les acteurs nationaux doivent fournir des mises à jour transparentes et périodiques sur les progrès accomplis dans la mise en œuvre, au regard des indicateurs phares et d'autres indicateurs du cadre

² Résolution [70/1](#) de l'Assemblée générale des Nations Unies.

de suivi, par le biais du portail central, lié au Centre d'échange et aux plateformes de communication de la Convention, et sur des plateformes nationales.

17. Les données sur les progrès accomplis devraient être mises à disposition sous une forme facilement accessible par les médias, que ce soit les médias classiques ou en ligne, puis traités pour pouvoir écrire des articles. L'intégration de ces données avec des outils de visualisation des données est importante. La création de partenariats avec des médias spécialisés dans ce domaine est importante pour aller de l'avant. Les sources des données et le fondement de chaque indicateur devraient être facilement accessibles et expliqués d'une manière technique et non technique. Tous les groupes d'experts techniques constitués pour élaborer des indicateurs devraient inclure les débats menés sur l'élément relatif à leur communication.

18. Les communications relatives à l'élément de suivi devraient avoir lieu sur une base annuelle ou biannuelle, en lien avec la Journée internationale de la diversité biologique ou un autre événement pertinent. Les prochaines éditions des *Perspectives mondiales de la diversité biologique* devraient être préparées et lancées en gardant à l'esprit le besoin de communiquer sur la mise en œuvre. Les budgets alloués pour les *Perspectives mondiales de la diversité biologique* devraient prévoir suffisamment de ressources pour cela.

IV. PRINCIPAUX MESSAGES

19. La structure des messages doit être élaborée en suivant un processus itératif, décrit plus bas. Il y aura une série de messages principaux généraux, qui concerneront la mobilisation du public et les campagnes de sensibilisation, et qui auront vocation à être utilisés par tous les acteurs. Sous ces messages généraux, il y aura des messages propres à chaque secteur, qui seront adaptés à des publics particuliers. Ces messages plus précis seront élaborés par des organisations qui s'occupent de ces secteurs. La structure des messages respectera aussi le principe de campagne à source ouverte (open source), qui maintient des messages clés, tout en permettant aux différentes organisations de les adapter à leur propre mandat. Ces messages visent aussi à inclure une version conçue pour les niveaux nationaux et infranationaux. Le tableau ci-dessous présente la structure de base de tels messages. Les messages inclus dans le tableau ne sont pas les messages définitifs, mais plutôt des types de messages éventuels.

| PLUS HAUT NIVEAU DE MESSAGE ET HASHTAGS « SLOGAN » ET CONNEXES [#COP15 et/ou #ForNature] | |
|---|---------------------------------------|
| Messages pour la mobilisation du public | Messages de sensibilisation |
| [message concernant la conservation pour le public en général] | [message aux responsables politiques] |
| [message concernant l'objectif axé sur l'action pour le public en général] | [message au secteur forestier] |
| [message concernant la biodiversité et les changements climatiques] | [message au secteur financier] |
| [etc.] | [etc.] |

20. Les messages pour le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 doivent être compatibles avec les précédents messages utilisés. Ceux-ci incluent les messages pour la Vision 2050, les messages sur les Objectifs de développement durable, les solutions fondées sur la nature, la Décennie des Nations sur la restauration des écosystèmes, les conclusions de la cinquième édition des *Perspectives mondiales de la diversité biologique*, et l'ensemble des messages pour la Convention.

21. Les messages doivent être fondés sur des données probantes et crédibles sur le plan scientifique, prenant appui sur les travaux de la Plateforme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques et ses évaluations mondiales. Les messages doivent aussi prendre en compte, et être conformes aux connaissances traditionnelles pertinentes des peuples autochtones et communautés locales.

22. Les éléments contenus dans les messages seront les suivants:

- a) De façon générale, les messages devraient communiquer des éléments généraux sur les liens existant entre les êtres humains et la biodiversité, et devraient souligner le fait que les êtres humains sont reliés à la biodiversité dans presque tous les aspects de leur vie;
- b) Les messages devraient mettre en avant un sentiment d'urgence pour une action immédiate en vue de mettre un terme à l'érosion de la biodiversité, et devraient encourager des actions de la part des parties prenantes dans le contexte du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, comme moyen pour parvenir à ce but;
- c) Les messages devraient aussi mettre en exergue l'horizon et les étapes à plus long terme, y compris la Vision pour 2050 du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020,³ le Programme de développement durable à l'horizon 2030, et les objectifs assortis de délais précis du processus lié aux changements climatiques;
- d) L'importance de l'équité dans le processus de mise en œuvre de la Vision pour 2050 devrait être soulignée également;
- e) Les messages devraient relier les objectifs du cadre mondial aux priorités de développement national spécifiques, en montrant comment la réalisation d'un développement durable au niveau national nécessite l'intégration de la biodiversité dans les activités menées;
- f) Les messages et les campagnes ciblées devraient respecter les valeurs du public ciblé, et devraient aborder la biodiversité et les mesures pour sa conservation et son utilisation durable dans le contexte de ces valeurs. En conséquence, des recherches sur le public ciblé seront un élément essentiel de ces messages;
- g) Les messages devront tous inclure une partie concernant la mobilisation du public et une partie concernant des actions motivantes pour les groupes ciblés.

V. PUBLICS ET PARTIES PRENANTES

23. Etant donné le caractère mondial du public de la Convention, il est important d'identifier des segments particuliers du public et de relier les communications visant chacun de ces segments aux différents buts de la stratégie, et de concevoir les messages en conséquence. Pour les segments du public ci-dessous, il convient de noter qu'il s'agit à la fois de publics qui reçoivent des messages et de publics qui adaptent et/ou transmettent des messages à d'autres groupes cibles secondaires.

A. Parties à la Convention sur la diversité biologique et à ses Protocoles

24. La Convention est mise en œuvre à l'échelon national par les gouvernements nationaux; en conséquence, le public principal ciblé par les communications concerne les Parties. Ce public principal inclut les correspondants nationaux de la Convention et de ses Protocoles, mais aussi les ministères, les législateurs et les fonctionnaires nationaux. Les correspondants nationaux de la Convention et de ses Protocoles auront besoin d'outils pour communiquer avec les ministères et d'autres départements ministériels, et pour créer des coalitions de communication afin de faire en sorte que les Parties intègrent la biodiversité dans les travaux d'autres secteurs. Le public principal inclut également les autorités infranationales et les villes, qui sont de plus en plus souvent chargées de la mise en œuvre des stratégies et plans d'action pour la diversité biologique. Les Parties à la Convention devront mettre en place des processus nationaux pour la communication, y compris des comités consultatifs pertinents.

B. Parties prenantes et autres membres du public principal de la Convention

25. Bien que les Parties constituent les principaux acteurs de la Convention, il existe un certain nombre d'autres acteurs et parties prenantes qui fournissent un rôle d'appui aux Parties, ou qui remplissent une fonction spécifique dans l'application de la Convention sur la diversité biologique. Puisque ces acteurs ne sont pas des Parties, les communications qu'ils reçoivent seront différentes par nature. Cependant, lorsque

³ Décision [X/2](#) de la Conférence des Parties.

ces acteurs réalisent des activités de soutien au niveau national, ils pourront être inclus dans les campagnes de communication.

26. Tous les partenaires du système de l'ONU qui contribuent aux travaux de la Convention, ainsi que d'autres organisations régionales, sont importants également. Ces acteurs transmettront non seulement les travaux de la Convention à d'autres entités, mais aussi, ils saisiront l'occasion de promouvoir leurs propres travaux et leur utilité pour le programme de développement durable. Le Département des communications mondiales de l'ONU sera invité à créer un groupe de communications sur la biodiversité, qui travaillera avec la Secrétaire exécutive de la Convention, pour coordonner les communications dans l'ensemble du système de l'ONU. La Division des communications du Programme des Nations Unies pour l'environnement sera invitée également à créer un poste spécifique de correspondant des communications.

27. Les accords multilatéraux sur l'environnement, à la fois ceux qui abordent directement la biodiversité et ceux qui abordent d'autres questions, auront un rôle multiplicateur important et contribueront à la coordination. A cette fin, le Groupe de liaison conjoint, le Groupe de liaison des conventions relatives à la biodiversité et le Groupe de gestion de l'environnement devraient être invités à faire en sorte que la communication soit un point permanent dans leur ordre du jour chaque année, et des correspondants devraient être désignés.

28. Les muséums d'histoire naturelle, les jardins botaniques et les zoos et aquariums sont aussi des groupes dont les travaux sont essentiels pour la Convention, à la fois en termes de mesures de conservation spécifiques, et en termes de sensibilisation au sujet de la biodiversité. Des grandes associations comme l'Association mondiale des zoos et des aquariums, l'Association européenne des zoos et des aquariums, et le Réseau européen des centres et musées scientifiques (ECSITE), seront invitées à coordonner les communications.

29. Les grandes organisations non-gouvernementales (ONG) internationales qui ont des antennes nationales sont aussi des parties prenantes importantes pour les travaux de la Convention. L'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN) et WWF International sont des exemples de telles organisations. Le Secrétariat et les Parties à la Convention travaillent depuis longtemps avec ces deux organisations. Une telle collaboration devrait continuer, sans préjudice des relations établies avec d'autres ONG.

30. Les ONG de défense de l'environnement font aussi partie du public principal de la Convention, en rediffusant ses messages et en faisant avancer les objectifs de conservation. Les partenariats créés avec ces organisations sont extrêmement importants.

C. Peuples autochtones et communautés locales

31. Il est important d'augmenter les travaux menés avec les peuples autochtones et les communautés locales, pour communiquer leur rôle dans la conservation et l'utilisation durable de la biodiversité, et pour montrer comment leurs activités contribuent à l'application de la Convention et d'autres conventions relatives à la biodiversité. A ce titre, les communications devraient encourager les peuples autochtones et les communautés locales à promouvoir leurs activités dans le cadre de l'application de la Convention et du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 au niveau national. Les travaux des peuples autochtones et communautés locales devraient aussi être utilisés comme source pour des messages originaux et motivants, et des bonnes pratiques de conservation et d'utilisation durable de la biodiversité. A cet égard, les communications devraient encourager les peuples autochtones et les communautés locales à célébrer, promouvoir et communiquer les connaissances traditionnelles relatives à la conservation et à l'utilisation durable de la biodiversité aux niveaux local, national, régional et mondial.

D. Le public et les groupes de parties prenantes importants

32. Il est souvent dit que les travaux de la Convention doivent être communiqués de façon à les rendre pertinents pour le "public". Bien que le public ciblé pour la communication soit un public mondial et devrait donc englober tout le monde, l'idée d'un seul public auquel seraient adressés tous les messages est beaucoup trop simpliste, et occulte des différences importantes entre différentes parties de public. Le "public"

comprend en réalité plusieurs groupes de public différents selon le pays, le genre, le niveau socioéconomique ou la langue. En conséquence, toute communication adressée au public nécessite une approche adaptée.

33. Le principal segment du public se trouve à l'échelle nationale. Les connaissances sur la biodiversité, les fonctions environnementales et les services écosystémiques, et l'intérêt qu'ils présentent pour le public en général, sont étroitement liées aux circonstances nationales et aux « récits » nationaux sur la nature et les êtres humains, et sur la façon dont la biodiversité procure des valeurs aux êtres humains. Par conséquent, tout engagement auprès du public doit être conçu au niveau national et basé sur un récit national. Ceci signifie que des campagnes menées au niveau national constituent un niveau important de communication.

34. Des moyens importants pour communiquer avec le public incluent les consultations, les campagnes de sensibilisation et les médias – radio, télévision et presse écrite, et médias sociaux en particulier. Ainsi, les médias devraient être considérés comme ayant un rôle amplificateur et comme moyen de communication, plutôt que comme public ciblé. Les médias visent à produire un contenu qui sera diffusé au public et, par conséquent, toute activité d'engagement auprès des médias devrait garder à l'esprit cette perspective.

35. La création de partenariats avec les médias devrait être étudiée au niveau international comme national, en vue de mettre au point et de transmettre des histoires et des exemples sur la mise en œuvre du Plan stratégique. Il serait utile de prendre contact avec des organes de presse comme Mongabay, Now This, Thomson Reuters, Deutsche Welle, Xinhua, et la BBC. Des partenariats avec des organisations de production de films et de télévision, comme National Geographic, Netflix et Amazon, devraient être étudiés également.

36. L'engagement auprès des médias peut comprendre un large éventail d'initiatives. Pour assurer une utilisation optimale des ressources, les activités de communication devraient être axées sur certains segments des médias qui sont reliés à certains groupes cibles indiqués dans la présente stratégie, y compris:

- a) Les médias qui couvrent les politiques environnementales;
- b) Les médias qui couvrent les questions liées aux consommateurs (modes de vie, moyens de subsistances et durabilité);
- c) Les médias axés sur les questions de protection de l'environnement;
- d) Les médias axés sur la science;
- e) Les médias axés sur les entreprises;
- f) Les médias qui diffusent les événements actuels au public en général.

37. Il existe aussi des groupes de parties prenantes particuliers qui nécessitent un engagement ciblé:

a) Les jeunes constituent un public important. Ils peuvent être ciblés dans le cadre d'activités pour les jeunes à l'échelle du système de l'ONU, en renforçant le programme Green Wave ou d'autres initiatives semblables comme outils pour la mise en œuvre de la Décennie, en ayant recours aux médias sociaux, y compris Facebook, Twitter, Myspace, YouTube, ou par le biais de concours ou de compétitions, notamment dans les domaines de la peinture, la photographie et la littérature;

b) Puisque les femmes sont des parties prenantes importantes pour la conservation comme pour l'utilisation durable des ressources, il conviendra de mettre l'accent en particulier sur leur inclusion dans toutes les communications.

E. Personnes ressources et institutions

38. Ce segment du public concerne les différentes communautés d'experts et institutions dans différents domaines scientifiques et techniques, qui génèrent et diffusent des connaissances qui soutiennent l'application de la Convention. Il est important de communiquer avec ce public pour faire en sorte que les meilleures connaissances scientifiques disponibles soient produites et utilisées en appui à la Convention. Également, cette communauté d'experts est très respectée par le public, et leurs messages peuvent générer un soutien important en faveur de la Convention. Il est important de veiller à ce que les messages des experts

soient harmonisés. Le public principal de la Convention et la communauté d'experts et institutions se chevauchent en partie, mais ce segment du public est aussi doté d'une identité propre.

VI. LA « FLOTTILLE » DES COMMUNICATIONS ET LES PRINCIPES DE SOURCE OUVERTE

39. La stratégie de communication sera mieux mise en œuvre en ayant recours au concept de matériel à source ouverte (open source) partagé avec des "multiplicateurs", qui sont des acteurs capables de rediffuser des messages et des communications vers des nouvelles régions, groupes cibles et espaces de communication. Puisque la portée de la stratégie est mondiale, avec des nuances importantes au niveau national et infranational, la liste des multiplicateurs est vaste. Les groupes mentionnés dans la précédente partie comptent parmi ces multiplicateurs, mais d'autres groupes encore peuvent être identifiés. Un exemple de mobilisation qui devrait structurer les travaux de la stratégie se trouve dans les travaux de la "flottille," créée en 2020. Une description de la flottille est fournie ci-dessous.

40. Après la réunion d'experts tenue en marge de la vingt-troisième réunion de l'Organe subsidiaire chargé de fournir des avis scientifiques, techniques et technologiques, les 21 et 22 novembre 2019, un groupe d'organisations comprenant les Parties à la Convention, des institutions de l'ONU, des secrétariats d'accords multilatéraux sur l'environnement, des organisations de la société civile, des jeunes, des femmes et des peuples autochtones et communautés locales ont été rassemblés dans un groupe de travail spécial sur la coordination des communications, appelé la "flottille". Ce terme provient des réunions tenues par l'Initiative de Cambridge sur la conservation en 2018.

41. Ce groupe a un faible coût de participation en termes de ressources humaines, puisque ses membres sont libres de participer à certains éléments et pas à d'autres. Le principe de source ouverte s'applique aux produits partagés par le groupe, et les aspects liés à une approche inclusive, à la transparence et à la neutralité sont importants. Le groupe a mis l'accent sur la promotion de l'agenda de la biodiversité et de la nature, en vue de soutenir les négociations sur le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020. Des messages pour ce groupe sont élaborés lors des réunions et des activités menées pendant l'année, auxquelles différentes organisations apportent leurs contributions.

42. Les mécanismes de coordination et d'organisation du groupe incluent une liste d'adresses email, un groupe WhatsApp, des réunions hebdomadaires du groupe et des petits groupes de travail spéciaux chargés d'aborder différents thèmes. Si des ressources étaient mises à disposition, des membres du personnel servant de guide et leur personnel d'appui pourraient être mobilisés. Le groupe a identifié les tactiques suivantes :

- a) Moments choisis pour l'activation de partenaires, notamment les journées internationales et d'autres occasions commémoratives;
- b) Produire un contenu à source ouverte (biens, messages, photos, vidéos, récits);
- c) Reconnaître les atouts des membres, y compris les pétitions modèles, les leaders scientifiques, les réseaux d'influenceurs, les atouts du networking, et les communautés éducatives;
- d) Mettre l'accent sur des moments critiques, des événements et des moments importants;
- e) Les membres de la flottille sont en contact avec les partenaires des médias;
- f) Certains membres de la flottille pourraient produire un livre blanc et entreprendre d'autres activités de sensibilisation pour une cible importante des communications dans le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020;
- g) Favoriser des voix nouvelles et inattendues;
- h) Tactiques propres au groupe ciblé (comme les entreprises, les organismes religieux, ou les représentants parlementaires);
- i) Fusionner les débats sur les changements climatiques et sur la biodiversité.

VII. EVENEMENTS

43. Les événements représentent des occasions de communication importantes, où des messages peuvent être diffusés à des publics différents, dans un cadre qui inclut souvent les médias et qui présente un intérêt pour différentes communautés. Les grandes conférences internationales sur la biodiversité ont été le principal axe des communications à ce jour. Ces événements continuent d'être des moments importants pour mettre en œuvre le programme, mais il ne s'agit pas des uniques occasions. Les réunions pertinentes incluent les suivantes:

- a) Les réunions de la Conférence des Parties à la Convention sur la diversité biologique;
- b) Les réunions de la Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques et à la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification;
- c) Les réunions de la Conférence des Parties à d'autres conventions relatives à la biodiversité;
- d) Les sessions annuelles de l'Assemblée générale des Nations Unies, y compris le Forum politique de haut niveau;
- e) Les réunions de l'Union internationale pour la conservation de la nature;
- f) Les réunions du Forum économique mondial.

44. Les événements nationaux qui peuvent concerner la biodiversité, tout en étant distincts de celle-ci, représentent des occasions de communication importantes. Les célébrations culturelles nationales ou les célébrations d'indépendance devraient aussi être l'occasion de mettre en valeur les liens qui existent entre la biodiversité et l'identité nationale.

45. Les journées internationales de l'ONU et d'autres journées internationales sont des événements importants au cours desquels les travaux de la Convention peuvent être cités et célébrés. Pour ces journées internationales, les messages devraient être harmonisés de façon à montrer comment l'application de la Convention peut contribuer à la réalisation des objectifs de chaque journée. Parmi les journées internationales pertinentes les plus importantes, figurent les suivantes: la Journée mondiale des zones humides, la Journée mondiale de la vie sauvage, la Journée mondiale de l'eau, la Journée internationale des forêts, la Journée internationale des femmes, la Journée mondiale de la santé, Une Heure pour la Terre (Earth Hour), la Journée mondiale de l'océan, la Journée internationale de la Terre nourricière ou Jour de la Terre, la Journée mondiale de l'environnement, la Journée mondiale de lutte contre la désertification, et la Journée mondiale de l'alimentation.

46. La Journée internationale de la diversité biologique, célébrée le 22 mai chaque année, devrait être un événement extrêmement important pour les activités de communication. Axée sur un thème annuel décidé par la Secrétaire exécutive, les acteurs nationaux devraient utiliser cette journée comme une occasion pour articuler les visions et les réponses nationales.

VIII. PROCESSUS POUR L'ELABORATION PLUS POUSSEE ET LA MISE A JOUR DE LA STRATEGIE

47. Il conviendra d'élaborer la stratégie d'une manière participative, itérative et souple, en tirant parti des positions exprimées par différentes organisations et parties prenantes, et en procédant à des ajustements à certains moments importants. L'élaboration de la stratégie devrait être guidée par des avis et des consultations menées au niveau international par la Secrétaire exécutive, qui éclaireront ensuite d'autres consultations menées à l'échelle régionale, nationale et infranationale. Pour toutes ces consultations, il conviendra d'assurer une participation active des peuples autochtones et des communautés locales, tout comme il conviendra d'intégrer pleinement les considérations relatives à l'égalité des sexes.

48. Le mandat de l'examen effectué sera le suivant:

- a) Procéder à un examen périodique de la stratégie de communication, telle qu'adoptée par une décision de la Conférence des Parties;

b) Présenter et évaluer les principales activités de communication qui ont été menées, en s'efforçant d'identifier les meilleures pratiques, les changements dans les données de référence sur la sensibilisation, ainsi que l'impact et l'efficacité;

c) Identifier des nouveaux domaines de communication, ou la nécessité de modifier des stratégies existantes;

d) Évaluer la communication au regard des progrès accomplis dans la réalisation des objectifs, des buts et de la mission pour 2030;

e) Identifier des nouveaux acteurs ou partenaires à contacter;

f) Identifier les besoins en ressources.

49. L'examen sera effectué de façon périodique et itérative. Il est suggéré que cet examen ait lieu lors des moments ci-après. Certains moments pourraient être conjugués, selon qu'il convient:

a) Immédiatement après l'adoption du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020;

b) Avant la tenue des réunions de l'Organe subsidiaire chargé de l'application;

c) Avant la tenue des réunions de la Conférence des Parties;

d) Une seule fois lors d'une réunion ordinaire du Comité consultatif informel sur la communication, l'éducation et la sensibilisation du public;

e) Sur une base annuelle, lors des réunions ordinaires de la Flottille de communications sur la biodiversité;

f) Sur une base annuelle, dans le cadre d'un groupe de communications sur la biodiversité de l'ONU;

g) Au moins tous les deux ans, lors des réunions du Groupe de liaison conjoint, du Groupe de liaison sur les conventions relatives à la biodiversité, et du Groupe de gestion de l'environnement;

h) Sur une base annuelle à l'échelle nationale et infranationale, dans le cadre d'un examen national sur les mesures prises au titre de la Convention.

50. Ce dernier point montre que les Parties devront créer des organes chargés d'un examen aux niveaux national et/ou infranational. Un mandat pour cet examen pourrait être énoncé également dans le cadre des organes de communication existants, ou intégré dans les travaux en cours sur l'établissement des rapports nationaux ou la mise à jour des stratégies et plans d'action nationaux pour la diversité biologique.

IX. CONSIDERATIONS RELATIVES AUX MEDIAS SOCIAUX

51. La stratégie devra tirer parti des médias sociaux actuels et des nouvelles technologies. Il ne convient pas de fournir une liste complète des technologies à utiliser, puisque leurs plateformes varient selon les régions, et que la rapidité des changements dans les médias sociaux est telle que certaines plateformes deviennent obsolètes au fil du temps. Néanmoins, la mise en œuvre de la stratégie de communication devrait s'efforcer d'inclure les plateformes et les technologies les plus récentes, y compris dans le cadre de partenariats avec des entreprises. La sécurité des données et la protection du droit des utilisateurs au respect de leur vie privée, tels que consacrés dans différentes législations, doivent être prises en compte.

X. RESSOURCES

52. Une estimation des besoins en ressources pour cette stratégie sera établie lorsque le plan sera élaboré plus avant. Des ressources seront requises au niveau international et seront utilisées par la Secrétaire exécutive et par des acteurs internationaux concernés. Des ressources seront aussi requises à l'échelle nationale et infranationale, pour les travaux menés au niveau national.