



## Convention sur la diversité biologique

Distr.  
GÉNÉRALE

CBD/SBI/3/9  
28 septembre 2020

FRANÇAIS  
ORIGINAL : ANGLAIS

ORGANE SUBSIDIARE CHARGÉ  
DE L'APPLICATION

Troisième réunion

Date et lieu à déterminer

Point 7 de l'ordre du jour provisoire\*

### COMMUNICATIONS

*Note de la Secrétaire exécutive*

#### I. INTRODUCTION

1. Dans sa décision [XIII/22](#), la Conférence des Parties à la Convention sur la diversité biologique accueille avec satisfaction le cadre pour une stratégie de communication mondiale. La Secrétaire exécutive a été invitée à : a) jouer un rôle dans l'établissement du cadre de communication, b) continuer à assurer le suivi de l'état des communications, c) assurer la coordination et informer les autres acteurs et d) fournir des conseils sur les messages généraux.

2. Dans sa décision [14/26](#), la Conférence des Parties a invité la Secrétaire exécutive à poursuivre la mise en œuvre du cadre pour une stratégie de communication mondiale et à élaborer des thèmes et de la documentation de référence, notamment sur l'état actuel de la diversité biologique, qui serviraient de base pour l'organisation des campagnes de communications et de sensibilisation du public au cours de la période biennale 2018-2020, ainsi que des discussions en vue de la préparation du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020.

3. Le présent document propose un rapport d'avancement sur les activités réalisées par la Secrétaire exécutive au cours des périodes biennales 2017-2018 et 2019-2020 dans le contexte de cette décision.

#### II. DIALOGUES SUR LES COMMUNICATIONS

##### A. Dialogues de Bogis-Bossey

4. Au cours de l'automne 2017 et de l'hiver 2018, la Secrétaire exécutive a convoqué une série de dialogues sur la direction stratégique de la Convention grâce au soutien financier du gouvernement de la Suisse. Les communications et la sensibilisation du public y ont été abordées, encadrant les principaux éléments d'une stratégie de communication mondiale. Quatre dimensions critiques ont été soulignées :

a) *Destinataires* : Faire participer plusieurs publics afin de modifier la trajectoire de l'appauvrissement de la diversité biologique. Des messages sur mesure sont nécessaires pour chaque public afin de les rencontrer là où ils se trouvent et non là où nous voulons qu'ils se situent ;

b) *Message* : Le message doit simplifier le sujet et le rendre pertinent, et offrir des stratégies explicites pour motiver les différentes personnes, selon leurs compétences et leurs capacités ;

c) *Ton* : Les messages doivent atteindre les personnes en valorisant la marque par l'optimisme et en mettant en évidence des solutions locales tout en évitant les communications négatives ;

---

\* CBD/SBI/3/1.

d) *Rigueur* : Les campagnes de communication doivent être élaborées avec rigueur et faire appel à plusieurs équipes et acteurs, en se fondant sur des partenariats afin d'améliorer leur portée.

5. Les participants aux dialogues ont souligné le besoin de stratégies de communication et de message généraux rassembleurs, unis et accrocheurs afin de joindre les auditoires. Différents outils et stratégies doivent être utilisés afin de mobiliser le public, le secteur privé et les gouvernements dans différents contextes culturels.

6. Les échanges ont aussi porté sur l'importance et la difficulté d'élaborer des campagnes qui sensibilisent le public et encouragent les changements de comportement. Le modèle de campagne de communication fondée sur des sources d'information ouvertes utilisé pour la marche mondiale pour le climat et l'heure de la Terre, qui permettent d'adapter le contenu selon le contexte local, a été donné en exemple. Les participants ont souligné les différences dans l'utilisation de messages négatifs par rapport à des messages positifs. Les participants ont aussi souligné que la plupart des publics cibles ne comprennent pas l'expression « biodiversité » et que celle-ci pourrait être remplacée par le mot « nature » dans les communications.

### **B. Dialogue de connexion du Groupe de la gestion de l'environnement des Nations Unies sur la biodiversité**

7. Le Secrétariat et le Groupe de la gestion de l'environnement des Nations Unies ont organisé conjointement le dialogue de connexion sur la biodiversité présenté à Genève, en Suisse, le 2 et 3 mai 2018. Le dialogue a examiné le rôle essentiel de la biodiversité dans le contexte de la sécurité et du bien-être humains. Une session sur les communications et les messages ciblés organisée et animée par le Secrétariat a présenté d'importants messages :

a) Il est important de communiquer l'urgence d'agir pour freiner l'appauvrissement de la diversité biologique, qui mine d'autres programmes et menace la sécurité humaine ;

b) Il faut des stratégies de communication simples et positives afin d'atteindre toutes les parties prenantes ;

c) Communiquer au public le message sur le besoin de freiner l'appauvrissement de la diversité biologique n'est pas une tâche facile ;

d) La simplicité et la clarté sont de mise, mais il faut encapsuler les complexités nuancées des enjeux liés à la biodiversité. Il y a eu débat à cet égard concernant le besoin d'un message et ou d'un but sommital, tel que le message de 2 degrés utilisé par la communauté des changements climatiques ;

e) Le dialogue a aussi porté sur la nécessité d'une simple représentation afin de communiquer l'appauvrissement de la diversité biologique. Les parties prenantes ne sont pas toutes réceptives au même message. Des messages ciblés s'imposent et les stratégies de communication doivent être organisées différemment, selon les différentes parties prenantes.

8. Les petits groupes organisés lors de la session sur les communications ont proposé l'utilisation de textes explicatifs de type superhéros pour freiner l'appauvrissement de la diversité biologique, mais il y a eu divergence d'opinions sur l'ajout d'un concept ou d'un personnage contrariant dans l'histoire et, le cas échéant, quel serait la chose ou le personnage contrariant.

### **C. Plusieurs voix, une nature, en collaboration avec le projet de conservation de Cambridge**

9. Le premier dialogue Plusieurs voix, une nature s'est déroulé le 13 avril 2018. Il a réuni plusieurs organisations qui se sont rassemblées autour d'une reconnaissance commune de ce que représente de la diversité biologique et ses affinités avec les grands objectifs de développement, et pour présenter les principaux liens afin qu'elle atteigne l'individu moyen et qu'elle ait de l'importance à ses yeux. Plusieurs questions ont été abordées :

a) Quels messages simples réussissent le mieux à provoquer un changement de comportement pour la biodiversité ?

b) Quels textes explicatifs rallieront les chefs d'État, les membres non gouvernementaux de cabinets, les autres secteurs du gouvernement et les secteurs de l'économie ?

c) Quels éléments sont nécessaires afin de changer la perspective des communications sur la biodiversité et leur rayonnement ?

d) La diversité biologique est-elle le concept à communiquer ? Faut-il changer l'image ?

10. Principaux points du dialogue :

a) Il y a une période très propice d'ici 2020 pour changer la perception du public au sujet de la diversité biologique et amorcer une transformation. Les communications doivent aller au-delà de la sensibilisation afin de provoquer des changements ou « améliorer » des comportements. L'essentiel est de communiquer les impacts de la vie quotidienne et des choix sur la nature ;

b) Il faut changer le texte explicatif et utiliser le pouvoir de la communication narrative afin d'atteindre le cœur et l'esprit des individus ; l'accent doit être mis sur la communication de solutions pour des actions concrètes ;

c) Il est important de créer un mouvement mondial auquel participeront différents groupes de parties prenantes (conservation, universitaire, médias, secteur privé, secteur financier, etc.) afin d'éliminer les silos et de bâtir des ponts entre la conservation de la biodiversité, le développement durable et autres concepts ;

d) Il faut une « flottille » de partenaires afin de communiquer un message cohérent qui véhicule le sentiment d'urgence, développe les forces des différentes organisations et réseaux et favorise la complémentarité. Les messages communs sur la biodiversité doivent être au cœur de ce mandat ;

e) Une campagne réussie repose sur différents facteurs : un objectif clair et global ; le recensement des décideurs et des causes qui leur tiennent à cœur ; un calendrier de moments politiques et une date cible ; des messages pour ces moments politiques et ces publics ; et des « tactiques » pour des gestes concrets ;

f) Les médias sociaux sont un élément clé des communications de masse qui réunissent des campagnes visuelles, un texte explicatif et la science. Les chiffres extraordinaires de l'engagement des médias sociaux envers la nature témoignent de la puissance des communications narratives et démontrent que les gens se soucient de la nature ;

g) Communiquer la science. La diversité biologique est mal comprise par le public. La science fournit un lien clair entre l'activité humaine et la biodiversité, et attire l'attention sur les domaines dans lesquels il faut agir ;

h) Les communications destinées au secteur privé. Les entreprises soutiennent la nature lorsque celle-ci influence leurs résultats et soutient la réalisation des objectifs d'affaire. De nouveaux textes explicatifs qui favorisent la transformation dans tous les secteurs sont nécessaires ;

i) La communication avec les décideurs politiques exige une approche pragmatique afin de créer un mouvement politique qui définit les principaux moments favorisant des actions organisées avec les partenaires et les chefs de file politiques du monde entier. Le nouveau discours politique harmonise les tâches politiques aux gestes qui soutiennent les médias de masse dans leurs reportages sur le mouvement.

11. Les participants ont souligné la nécessité d'organiser de futurs dialogues qui se pencheront sur des textes explicatifs et des messages sur mesure et de faire participer divers groupes de parties prenantes. Ils ont aussi reconnu que les messages communiqués d'ici la quinzième réunion de la Conférence des Parties devaient véhiculer des idées communes.

12. Les prochains dialogues tenteront d'insister davantage sur l'urgence d'améliorer les communications sur la diversité biologique et ses liens avec les objectifs environnementaux mondiaux et de développement durable. L'objectif global sera de mobiliser les principaux acteurs afin de soutenir les objectifs pour la diversité biologique, communiquer un message commun et harmoniser les activités à mesure que le

mouvement mondial gagnera en importance d'ici à 2020 et à l'adoption du nouveau programme d'action pour la nature.

**D. Réunion des experts en communication en marge de la vingt-troisième réunion de l'Organe subsidiaire chargé de fournir des avis scientifiques, techniques et technologiques**

13. Le Secrétariat a organisé une réunion informelle sur les communications le 21 et 22 novembre 2019, en marge de la vingt-troisième réunion de l'Organe subsidiaire chargé de fournir des avis scientifiques, techniques et technologiques, en collaboration avec des partenaires des communications, dont le World Wide Fund for Nature (WWF), la Commission de l'éducation et de la communication de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN), la Fondation des Nations Unies, Birdlife International et des représentants de la présidence des treizième, quatorzième et quinzième réunions de la Conférence des Parties.

14. La réunion a représenté la suite des échanges et de la planification ayant débuté lors des réunions de Bogis-Bossey, du Programme de conservation de Cambridge et du Forum mondial des communications. Elle a porté sur la nécessité : d'étendre la portée des messages sur l'importance de la diversité biologique pour le bien-être humain ; de faciliter les moyens par lesquels tous les acteurs pourraient démontrer l'importance du programme ; d'inspirer une vague d'activités pour conserver et faire une utilisation durable de la diversité biologique et d'informer les réseaux sur les moyens de participer au programme pour la diversité biologique de manière à assurer sa pérennité ; de mettre en évidence la richesse de l'expérience de la période 2011-2020 au titre du plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020, ainsi que d'autres cibles et objectifs mondiaux d'importance pour la diversité biologique, dont les Objectifs de développement durable ; et de contribuer à la négociation réussie d'un ambitieux cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 lors de la quinzième réunion de la Conférence des Parties, à Kunming, en Chine, qui fait avancer la Vision 2050 de la Convention.

15. La réunion a été vue comme une occasion d'élaborer davantage et de promouvoir un texte explicatif qui incite à l'action pour la conservation de la diversité biologique, son utilisation durable et l'équité dans l'utilisation des ressources génétiques. Le texte explicatif devait tenter de mettre en évidence les voies du succès existantes, inspirer la mobilisation de nombreux acteurs et informer la société des avantages connexes associés à ces actions, surtout en ce qui concerne la lutte contre les changements climatiques et la pauvreté, en abordant l'équité et le caractère inclusif du système mondial, et en faisant avancer la réalisation des Objectifs de développement durable. Ce texte explicatif offrira diverses interventions et étapes ciblées tout au long de 2020 fondées sur des expériences positives vécues dans le cadre de diverses initiatives : peuples autochtones et les communautés locales, jeunes, gouvernements infranationaux, villes et entreprises.

16. Les participants ont accepté d'être la « flottille » des communications et de superviser les principaux objectifs de l'année ainsi que les plans pour les réaliser, ce qui comprend la nécessité de développer des messages généraux et du contenu sur mesure dans tous les médias afin que les Parties puissent joindre les publics cibles grâce aux messages qui les atteindront le mieux. Il est également important de solliciter et de faire participer les médias et les journalistes de manière régulière. Le groupe a reconnu le besoin d'améliorer les campagnes dans les médias sociaux et autres campagnes pour rallier le public, notamment en organisant la Semaine internationale de la biodiversité, en soutenant le Sommet des Nations Unies sur la biodiversité et en créant des plateformes, afin qu'il comprenne les risques que court la nature et les récompenses qu'elle peut offrir.

**III. JOURNÉE INTERNATIONALE DE LA BIODIVERSITÉ, DE 2017 À 2020**

17. Les célébrations de la Journée internationale de la biodiversité ont présenté une occasion importante de développer des liens entre les différents partenaires et les programmes mondiaux. Les activités menées font partie d'un cadre mondial de communications pour la Convention. Plusieurs occasions d'apprentissage et de développement de plateformes ont été offertes au cours de ces deux périodes biennales.

**A. Thème de 2017 : « Diversité biologique et tourisme durable »**

18. Le thème a été choisi de manière à coïncider avec la célébration de l'année 2017, décrétée l'Année internationale du tourisme durable pour le développement par l'Assemblée générale des Nations Unies dans sa résolution 70/193, pour laquelle l'Organisation mondiale du tourisme a été le chef de file.

19. Des célébrations ont été organisées dans 95 pays : Afrique du Sud, Albanie, Algérie, Allemagne, Andorre, Angola, Arabie saoudite, Argentine, Arménie, Australie, Autriche, Bangladesh, Barbade, Belgique, Bénin, Brésil, Cap-Vert, Cambodge, Cameroun, Canada, Chili, Chine, Colombie, Costa Rica, Côte d'Ivoire, Croatie, Cuba, Chypre, Danemark, Émirats arabes unis, Équateur, Espagne, États-Unis d'Amérique, Éthiopie, Fédération de Russie, Finlande, France, Géorgie, Ghana, Grèce, Guatemala, Hongrie, Inde, Indonésie, Iran (République islamique d'), Iraq, Irlande, Italie, Jamaïque, Japon, Koweït, Liban, Lituanie, Macédoine du Nord, Madagascar, Malaisie, Mali, Maroc, Maurice, Mexique, Moldavie, Mongolie, Népal, Niger, Nigeria, Oman, Ouganda, Pakistan, Pays-Bas, Pérou, Philippines, Pologne, Portugal, République de Corée, République démocratique du Congo, Roumanie, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, Saint-Siège, Sainte-Lucie, Sierra Leone, Slovaquie, Sri Lanka, Suède, Suisse, Tchéquie, Thaïlande, Trinité-et-Tobago, Tunisie, Turquie, Ukraine, Union européenne, Venezuela (République bolivarienne du) et Viet Nam.

20. La célébration officielle s'est déroulée au parc national El Chico, à Hidalgo, au Mexique, avec la participation du président, Enrique Peña Nieto.

21. Des messages ont été reçus de la Plateforme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques (IPBES), de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), du Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE), de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), de la Convention de Ramsar sur les zones humides et du Centre international de mise en valeur intégrée des montagnes (ICIMOD).

22. Le logo JIB2017 a été conçu par les membres du personnel pédagogique du Centre d'éducation environnementale de Kastoria, en Grèce. Ils ont composé une représentation visuelle de l'importance d'une riche diversité biologique et des paysages attirants pour le tourisme, ainsi que de la nécessité d'un développement touristique approprié qui protège et assure une gestion durable de la biodiversité. Le logo a été publié dans les six langues des Nations Unies sur le site <https://www.cbd.int/idb/2017/logo/> et a été traduit en 19 autres langues par les Parties et autres : albanais, bengali, farsi, géorgien, grec, gujarati, han-geul, hindi, japonais, konkani, malayalam, marathi, portugais, roumain, slovaque, tamil, télougou, thaïlandais et urdu.

**B. Thème de 2018 : « Célébrer 25 ans d'action pour la biodiversité »**

23. Le thème a été choisi afin de souligner le 25<sup>e</sup> anniversaire et de mettre en évidence les progrès accomplis aux niveaux national et mondial dans la réalisation de ses objectifs.

24. Des célébrations ont eu lieu dans au moins 91 pays : Afghanistan, Afrique du Sud, Albanie, Algérie, Allemagne, Andorre, Argentine, Arménie, Australie, Autriche, Azerbaïdjan, Bangladesh, Barbade, Belarus, Belgique, Bénin, Bhoutan, Bolivie (État plurinational de), Brésil, Brunei Darussalam, Bulgarie, Burkina Faso, Burundi, Cambodge, Cameroun, Canada, Chili, Chine, Colombie, Costa Rica, Côte d'Ivoire, Croatie, Cuba, Danemark, Équateur, Espagne, Éthiopie, France, Gabon, Gambie, Géorgie, Ghana, Grèce, Guatemala, Guinée, Guinée équatoriale, Honduras, Inde, Indonésie, Irlande, Italie, Liberia, Luxembourg, Malaisie, Mali, Maroc, Maurice, Mexique, Myanmar, Népal, Nouvelle-Zélande, Niger, Nigeria, Norvège, Ouzbékistan, Pakistan, Panama, Paraguay, Pérou, Philippines, Pologne, Portugal, République démocratique populaire lao, République dominicaine, Roumanie, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, Saint-Vincent-et-les-Grenadines, Sao Tomé-et-Principe, Sénégal, Sierra Leone, Singapour, Slovaquie, Soudan, Suède, Thaïlande, Togo, Trinité-et-Tobago, Union européenne, Uruguay, Venezuela (République bolivarienne du) et Viet Nam.

25. La célébration officielle s'est déroulée au parc mont Royal, à Montréal, au Canada. La Secrétaire exécutive de la Convention sur la diversité biologique a ouvert les célébrations en accueillant les hauts fonctionnaires du gouvernement du Canada, de la province de Québec et de la ville de Montréal, ainsi que

des représentants du corps diplomatique et des dignitaires du monde entier. Une vidéo commémorant l'événement dans son ensemble est disponible en ligne sur le site : <https://www.facebook.com/UNBiodiversity/videos/1696147693796589/>.

26. Des messages et des mémoires ont été reçus du Burkina Faso, du Canada, de la Communauté des Caraïbes (CARICIM), du Congo, de la Côte d'Ivoire, de la Commission européenne, de la Finlande, de la province de l'Ontario (Canada), du siège des Nations Unies, de l'Accord sur la conservation des oiseaux d'eau migrateurs d'Afrique-Eurasie (AEWA), de la Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction (CITES), de la Convention sur la conservation des espèces migratrices appartenant à la faune sauvage, de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), d'ICIMOD, de l'UICN, de la Convention de Ramsar, de l'UNESCO, du PNUD, du Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) et d'ONU-Habitat.

27. Le logo de la JIB2018 a aussi été le logo du 25<sup>e</sup> anniversaire de la Convention sur la diversité biologique. Il a été publié dans les six langues des Nations Unies sur le site <https://www.cbd.int/ibd/2018/logo> et traduit en 13 autres langues par les Parties et autres : bulgare, farsi, grec, han-geul, hindi, japonais, kannada, marathi, mongol, polonais, portugais, tamil et urdu.

### **C. Thème de 2019 : « Notre biodiversité notre nourriture, notre santé »**

28. Ce thème a mis l'accent sur la biodiversité en tant que base de notre alimentation et de notre santé, et un important catalyseur de la transformation des systèmes alimentaires et d'une meilleure santé humaine. Il avait pour but d'appliquer les connaissances et de hausser le niveau de sensibilisation à notre dépendance envers la biodiversité et les écosystèmes sains pour nos systèmes alimentaires, notre nutrition et notre santé. Le thème a été annoncé par notification, le 14 février 2019. Vous trouverez plus de détails sur le site [www.cbd.int/ibd/2019](http://www.cbd.int/ibd/2019).

29. Au moins 121 pays, ainsi que 19 organisations/entités ont célébré la JIB2019 à différents degrés et ont présenté tout un éventail d'activités : Afrique du Sud, Algérie, Allemagne, Andorre, Angola, Argentine, Australie, Autriche, Azerbaïdjan, Bangladesh, Belarus, Belgique, Belize, Bénin, Bhoutan, Bolivie (État plurinational de), Bosnie-Herzégovine, Brésil, Bulgarie, Cap-Vert, Cambodge, Cameroun, Canada, Chili, Chine, Colombie, Comores, Congo, Costa Rica, Côte d'Ivoire, Croatie, Cuba, Chypre, Dominique, Équateur, Égypte, El Salvador, Espagne, Émirats arabes unis, État de Palestine, États-Unis d'Amérique, Fédération de Russie, Fidji, Finlande, France, Gabon, Gambie, Géorgie, Ghana, Guatemala, Guinée, Guinée équatoriale, Haïti, Honduras, Hongrie, Islande, Inde, Indonésie, Iran (République islamique d'), Iraq, Irlande, Italie, Jamaïque, Japon, Kazakhstan, Kenya, Kirghizistan, Lettonie, Liberia, Lituanie, Luxembourg, Madagascar, Macédoine du Nord, Malaisie, Mali, Maroc, Maurice, Mexique, Namibie, Nouvelle-Zélande, Nicaragua, Nigeria, Ouganda, Ouzbékistan, Pakistan, Panama, Paraguay, Pays-Bas, Pérou, Philippines, Portugal, Qatar, République arabe syrienne, République de Corée, République de Moldavie, République démocratique du Congo, République dominicaine, République populaire démocratique de Corée, Roumanie, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, Rwanda, Saint-Siège, Sainte-Lucie, Sénégal, Serbie, Slovaquie, Slovénie, Sri Lanka, Suède, Suisse, Tadjikistan, Tchéquie, Thaïlande, Tonga, Turquie, Ukraine, Uruguay, Venezuela (République bolivarienne du), Viet Nam, Zambie et Zimbabwe.

30. Plusieurs gouvernements et organisations ont exprimé leur soutien à la diversité biologique par le biais de messages soulignant la Journée internationale de la biodiversité : Biodiversity International, la Chine, la Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction (CITES), le Forum de la Commission EAT-Lancet, l'Égypte, la FAO, la Coalition pour l'alimentation et l'utilisation des terres (FOLU), le Centre international de la mise en valeur intégrée des montagnes (ICIMOD), la Convention internationale pour la protection des végétaux (CIPV), le PNUD, l'UNESCO, le siège des Nations Unies et l'Organisation mondiale de la santé (OMS).

31. Le logo de la JIB2019 a été conçu par le Département de la communication globale et le Groupe de conception graphique des Nations Unies, et publié le 11 mai 2019. Il était disponible dans les six langues des Nations Unies. Des traductions de courtoisie ont également été offertes en coréen, malais et télougou. Le logo a reçu le prix American Inhouse Design de 2019.

32. Google Analytics indiquait le 22 mai 2019 que la page de la JIB2019 ([www.cbd.int/ibd/2019](http://www.cbd.int/ibd/2019)) avait accueilli 6 910 visiteurs, ce qui représente une augmentation de 23 p. cent par rapport à la JIB2018. La campagne dans les médias sociaux a débuté le 15 mai. Les mots-clés #IBD2019, #BiodiversityDay, #BiodiversityIsHealth et #BiodiversityIsFood ont été utilisés. Les trois premières publications confondues sur Twitter ont joint 222 000 personnes. La publication la plus populaire a reçu 500 mentions j'aime et a joint 135 000 personnes. La vidéo sur la JIB2019 a reçu 200 mentions j'aime sur Twitter, a été vue plus de 8 000 fois et a joint 30 000 personnes. La publication la plus populaire sur Facebook a joint plus de 71 000 personnes, a reçu 280 mentions j'aime et a été partagée 533 fois. La publication la plus populaire sur LinkedIn a reçu 181 mentions j'aime et a atteint plus de 4 000 personnes (une augmentation de 70 p. cent par rapport au mois précédent). Sur Instagram, la campagne a reçu le soutien du Global Youth Biodiversity Network (GYBN) et un cumulatif de 7 543 mentions j'aime du 15 au 22 mai.

#### **D. Thème de 2020 : « Nos solutions sont dans la nature »**

33. Le slogan « Nos solutions sont dans la nature » souligne l'espoir, la solidarité et l'importance d'unir nos efforts à tous les niveaux afin de bâtir un avenir dans lequel la vie est en harmonie avec la nature. L'année 2020 se veut une année de réflexion, d'opportunité et de solutions où les gens « rebâtissent mieux » en utilisant le temps à notre disposition pour accroître la résilience des nations et des communautés, alors que la planète entière se remet de la pandémie. En cette année 2020, le monde est dans une position inégalée pour manifester une profonde volonté de se doter d'un cadre mondial qui « abaissera la courbe » de l'appauvrissement de la diversité biologique au profit des êtres humains et des autres types de vie sur Terre (voir <https://www.cbd.int/ibd/2020>).

34. La pandémie de la COVID-19 a contraint le Secrétariat à organiser sa toute première campagne en ligne seulement dans le cadre de laquelle il sollicite des vidéos et des mémoires écrits. Neuf des quinze présidences de la Conférence des Parties, plusieurs gouvernements, organisations et peuples autochtones et communautés locales ont répondu à l'appel et émis des messages. La Journée de la biodiversité 2020 a été soulignée dans au moins 107 pays et par 38 organisations/entités, à divers degrés (activités et événements, messages, et/ou articles). Soixante-dix-sept pays et organisations ont fait rapport de leurs activités au Secrétariat et les 68 autres pays et organisations ont été trouvés grâce à des recherches en ligne.

35. Le Secrétariat a coorganisé ou/ou participé à cinq événements virtuels importants : a) discussion de haut niveau virtuelle (siège des Nations Unies) ; b) Groupe d'experts sur les liens entre le coronavirus et la biodiversité : conclusions scientifiques (UNESCO) ; c) webinaire sur la biodiversité des sols : une solution naturelle ? (FAO) ; d) webinaire sur le processus de l'après-2020 : l'avenir de la biodiversité et le rôle que vous avez à jouer (GYBN) et e) le webinaire Modèle de l'ONU pour les jeunes (WWF-Inde).

36. Google Analytics révèle que la page de la Convention a accueilli 203 915 visiteurs, dans l'ensemble, du 17 au 23 mai 2020, ce qui représente une augmentation de 62 p. cent par rapport à la même période en 2019. Les visites sur le site [www.cbd.int/ibd](http://www.cbd.int/ibd) ont doublé en 2020 par rapport à 2019. L'augmentation la plus marquée a été constatée sur le site [www.cbd.int/ibd/2020/logo](http://www.cbd.int/ibd/2020/logo), et a été de l'ordre de 546 p. cent par rapport à 2019. Le logo a été mis à disposition en 51 langues le 22 mai (grâce à des traductions de courtoisie), un record de tous les temps. Ces résultats semblent indiquer que la campagne de 2020 a eu plus de succès que les campagnes antérieures, pour ce qui est d'attirer les visiteurs sur son site.

#### **V. CONGRÈS SUR LES COMMUNICATIONS, L'ÉDUCATION ET LA SENSIBILISATION DU PUBLIC AUX TREIZIÈME ET QUATORZIÈME RÉUNIONS DE LA CONFÉRENCE DES PARTIES**

37. Le Congrès sur les communications, l'éducation et la sensibilisation du public (CESP) s'est déroulé pendant la Conférence des Nations Unies sur la biodiversité, du 5 au 16 décembre 2016, à Cancún, au Mexique.<sup>1</sup> Le Congrès de la CESP de 2018 s'est aussi déroulé au cours de la Conférence des Nations Unies sur la biodiversité, du 18 au 28 novembre 2018, à Charm el-Cheikh, en Égypte.<sup>2</sup> Le Congrès de la CESP a

<sup>1</sup> <https://www.cbd.int/doc/notifications/2016/ntf-2016-082-cepa-en.pdf>

<sup>2</sup> <https://www.cbd.int/doc/notifications/2018/ntf-2018-052-cepa-fair-en.pdf>

été rendu possible grâce à la contribution des gouvernements hôtes (respectivement le Mexique et l'Égypte), des représentants des Parties, des bénévoles et du personnel local, ainsi que du personnel du Secrétariat de la Convention. Le Congrès de la CESP a été financé par les gouvernements hôtes. Les programmes et les présentations sont publiés sur le site [www.cbd.int/cepa/fair](http://www.cbd.int/cepa/fair). Certaines statistiques sont présentées dans le tableau ci-dessous.

<b>Sommaire</b>	<b>2016</b>	<b>2018</b>
Nombre de participants (organiseurs, conférenciers et/ou exposants)	180	140
Nombre de pays représentés	22	28
Nombre d'organisations représentées	70	61
Nombre d'événements	30	31
Événements de la CDB	28	28
Événements de prévention des risques biotechnologiques	2	1
Événements d'accès et de partage des avantages	0	2
Événements organisés ou coorganisés par le Secrétariat de la CDB	6	4
Public le plus nombreux (nombre de personnes participant à l'événement)	100	70
Nombre de stands	25	30
Nombre de présentations virtuelles	1	4

38. Le Secrétariat a organisé ou coorganisé six événements en 2016 : la Journée de biodiversité des Nations Unies (avec le ministre de l'Environnement du Japon, la Journée de la biodiversité des Nations Unies – Japon, UICN-J, KCNC et Toyooka City) ; le vernissage de l'affiche des Objectifs d'Aichi (avec le GIZ) ; l'intégration de la diversité biologique dans les médias sociaux (avec le programme de développement des capacités d'accès et de partage des avantages) ; les prix du mécanisme de centre d'échange ; #NatureForAll, un mouvement pour encourager l'amour de la nature (avec la CEC-UICN et la WCPA) ; et la signature protocolaire du Protocole d'accord (avec le WWF).

39. Le Secrétariat a organisé ou coorganisé cinq événements en 2018 : la Journée de la biodiversité des Nations Unies (avec le comité japonais de la Journée de la biodiversité, le ministère de l'Environnement du Japon, la Société de conservation de la nature du Japon et le comité japonais de l'UICN) ; le vernissage de l'affiche des Objectifs d'Aichi (avec le GIZ) ; Est-ce qu'il faut tout savoir ? Démystifier les communications sur l'accès et le partage des avantages (avec le programme de renforcement des capacités d'accès et de partage des avantages) ; le quinzième anniversaire du Protocole sur la prévention des risques biotechnologiques (avec le PNUE) ; et le premier Forum mondial des communications sur la biodiversité (avec le WWF).

## **VI. COLLABORATION AVEC LES PARTENAIRES**

40. Les travaux réalisés avec des partenaires représentent un volet important de l'élaboration de la stratégie de communication mondiale. D'importants travaux ont notamment été réalisés avec WWF International, la Commission de l'éducation et de la communication de l'UICN et la « flottille » des communications sur la biodiversité.

### **A. Activités avec WWF International**

41. Le Secrétariat a conclu un protocole d'accord avec WWF International en 2017, qui fournit un cadre d'activités et un soutien réciproque pour la stratégie mondiale, en appui à la mise en œuvre du premier Objectif d'Aichi pour la biodiversité.<sup>3</sup>

#### *1. Résultats de la campagne « Connect2Earth » de 2018-2020*

42. Le WWF et les correspondants nationaux locaux de la Convention ont mené plusieurs activités dans le cadre la campagne « Connect2Earth » dans le contexte du protocole d'accord. Faisant appel à des acteurs facilitateurs pouvant servir de multiplicateurs, la campagne s'est développée autour de la notion de messages

<sup>3</sup> Objectif 1 : « D'ici à 2020 au plus tard, les individus sont conscients de la valeur de la diversité biologique et des mesures qu'ils peuvent prendre pour la conserver et l'utiliser de manière durable. »



globaux provenant de « sources d'information ouvertes », c'est-à-dire des messages créés et ensuite adaptés par les partenaires afin de faire avancer la campagne. Le concept des multiplicateurs a connu du succès en utilisant des événements organisés à l'échelle de la communauté de la biodiversité comme occasions de mobiliser le message. La Journée internationale de la biodiversité de la Convention, la Journée mondiale de l'environnement du PNUE, la Journée de la Terre et le mouvement scout international ont tous fourni des occasions. Voici les activités qui en ont découlé :

a) En 2018, le message d'Earth Hour est passé d'un message sur le climat à un message plus global sur le climat et la nature. Des millions de personnes, de villes et de monuments ont éteint les lumières afin de participer à Earth Hour tout en utilisant le matériel de sources d'information ouvertes fourni par le projet d'Initiative internationale pour le climat (IKI) (vidéos, images, publications sur les médias sociaux et trousse de démarrage sur les moyens d'agir). Les trousse de démarrage ont été développées pour différents publics : communautés, entreprises, hôtels, écoles, particuliers et groupes de jeunes. Les chiffres obtenus ont brisé les records des années antérieures : 188 pays et territoires ont participé et 3,5 milliards d'impressions ont été dénombrées. Les mots-clés #EarthHour, #connect2earth et autres mots-clés associés ont été une tendance sur Twitter dans 33 pays. Plus de 250 personnalités et influenceurs ont participé. Les influenceurs ont appelé à l'action pour protéger le climat, la nature et la biodiversité. António Guterres, Secrétaire général des Nations Unies, et Emmanuel Macron, président de la France, entre autres, ont attiré l'attention sur l'appauvrissement de la diversité biologique et ont appelé les gens à se mobiliser pour le climat (« connect2earth ») ;

b) Les particuliers, les organisations, les entreprises et les villes de 188 pays et territoires à l'échelle mondiale ont joint Earth Hour en 2019 (le mars), afin de défendre la nature et lancer un appel à l'action urgent pour l'environnement. WWF a encore une fois fourni les sources d'information ouvertes à télécharger à l'intention des organisateurs, des entreprises, des hôtels, des éducateurs, des groupes de jeunes, des jardins zoologiques et des aquariums, des villes et des partenaires sur les sites [www.EarthHour.org](http://www.EarthHour.org) et [www.Connect2Earth.org](http://www.Connect2Earth.org), ce qui a fait des mots-clés #EarthHour, #Connect2Earth et autres mots-clés connexes une tendance dans 26 pays et généré 2,8 milliards d'impressions ;

c) Earth Hour 2020 a porté sur « la nature comme solution à la crise climatique ». Cent quatre-vingt-dix pays et territoires y ont participé. La campagne mondiale s'est déroulée exclusivement sur les médias numériques à cause de la pandémie de la COVID-19 et des confinements nationaux, ce qui a fait de Earth Hour 2020 le tout premier événement entièrement numérique. Ce passage à une communication entièrement numérique a donné lieu à une augmentation importante de la portée numérique à l'échelle mondiale. Des événements innovateurs en ligne et des campagnes numériques ont été élaborés à la vitesse de l'éclair, adaptant des événements devant se dérouler sur le terrain en versions numériques. Au total, 4,7 milliards d'impressions numériques ont été dénombrées dans les différents médias sociaux (dont Facebook, Twitter, Weibo et TikTok), ce qui représente le plus grand nombre d'impressions numériques à ce jour durant Earth Hour. Plus de 578 influenceurs, personnalités publiques, militants environnementaux et célébrités de 37 pays ont offert leur soutien à Earth Hour, dont le Secrétaire général des Nations Unies António Guterres, l'activiste suédoise Greta Thunberg, le premier ministre canadien Justin Trudeau, le mannequin colombien Claudia Bahamon et le chanteur britannique Cat Stevens. La couverture médiatique mondiale a donné lieu à plus de 12 500 articles sur Earth Hour, malgré l'omniprésence de la COVID-19 dans les manchettes mondiales.

## *2. Enquête du WWF sur la sensibilisation à la biodiversité*

43. WWF International a mené une enquête sur la sensibilisation du public à la biodiversité, à l'environnement et à la durabilité dans 10 pays (Afrique du Sud, Brésil, Chine, Colombie, Inde, Indonésie, Kenya, Mexique, Pérou et Viet Nam) en association avec plusieurs partenaires mondiaux de la sensibilisation du public et de la recherche de marchés. L'enquête révèle ce qui suit en matière de connaissances sur la biodiversité :

a) La majorité des gens ne comprennent pas bien l'expression. Les répondants des 10 pays ont affirmé comprendre ou être familiers avec le concept de la biodiversité et 4 p. cent des gens ont été en mesure

d'expliquer que cela concernait les animaux et les habitants. Une part importante des gens possédaient des connaissances de base sur les organismes vivants, mais ne faisaient pas le lien avec les habitats ;

- b) La moitié des gens n'étaient pas d'avis que la diversité biologique s'appauvrisse ;
- c) Un tiers des gens ont constaté que biodiversité était la source de nourriture et d'air frais ;
- d) La majorité ont affirmé qu'ils se sentaient personnellement responsables, tandis qu'un plus faible pourcentage des répondants estimaient qu'ils ne pouvaient rien faire. De façon générale, les répondants reconnaissent que la diversité biologique s'appauvrit et qu'ils avaient des responsabilités à cet égard, mais refusaient ou étaient incapables de modifier leurs comportements en conséquence ;
- e) La plupart des gens veulent protéger la base de la vie, tandis que 40 p. cent seulement voient la diversité biologique comme une source de matières premières ;
- f) Éteindre les lumières, réduire le gaspillage de nourriture et d'eau, recycler si possible et utiliser des appareils éconergétiques figurent parmi les mesures prises.

44. La recherche révèle que nous devons étendre la compréhension de ce qu'est la diversité biologique dans le contexte des habitats et des ressources. Les habitudes de vie peuvent être facilement modifiées afin de conserver la biodiversité, et la majorité des gens sont prêts à apporter ces changements. Les répondants ne voient pas la biodiversité comme une source de vie, mais ils reconnaissent le lien entre la biodiversité et la nature.

### 3. *Forum mondial des communications sur la diversité biologique*

45. Le WWF et le Secrétariat de la Convention sur la diversité biologique ont convoqué le premier forum mondial des communications sur la diversité biologique à Charm-el-Cheikh, en Égypte, le 18 novembre 2018, pendant la quatorzième réunion de la Conférence des Parties. Le thème était « le rôle que jouent les campagnes de communication pour hausser le niveau de sensibilisation à la biodiversité et à la nature ». Les organisations et les représentants des gouvernements ont présenté leurs efforts pour améliorer les activités de communication visant à hausser le niveau de sensibilisation à la biodiversité. Un vaste aperçu des campagnes liées à la diversité biologiques chez différents groupes et dans différents secteurs : jeunes, agriculture, production alimentaire, consommation et gaspillage, gouvernements nationaux, gouvernements locaux, communautés locales, organisations non gouvernementales pour la conservation (ONG), ainsi que les jardins zoologiques et les aquariums, a été proposé. Les campagnes présentées au cours du congrès ont porté sur quelques objectifs importants, dont l'information et le partage de connaissances, le lien entre les personnes et la nature, l'amorce de changements de comportement et la sensibilisation aux menaces pour la biodiversité.

46. Le WWF a convoqué le deuxième forum mondial des communications sur la biodiversité (GBFC-2) à Woking, au Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, le 10-11 septembre 2019, avant 2020 et la quinzième réunion de la Conférence des Parties. Les communicateurs, qui représentaient les secrétariats des conventions, des organes des Nations Unies et des ONG, ont discuté de moyens d'améliorer les communications sur la biodiversité et débattu des priorités en matière de communication pour 2020, avant la quinzième réunion de la Conférence des Parties, d'un texte explicatif pour les communications de masse et la mobilisation du public, du lien avec le mouvement pour le climat, des principaux événements à déployer par les gestes à poser pour mobiliser le public et des outils en ligne pour la mobilisation de masse, tels que « Voice for the Planet ».

### **B. Activités avec la Commission de l'éducation et de la communication de l'Union internationale pour la conservation de la nature**

47. La Commission de l'éducation et de la communication soutient depuis longtemps le programme de travail sur la communication, l'éducation et la sensibilisation du public et a offert son appui à la production de la trousse d'outils de la CESP et au synopsis « Love not Loss » au début de la Décennie des Nations Unies sur la biodiversité.

### 1. #NatureForAll

48. Le lancement officiel du mouvement a eu lieu lors du congrès sur la conservation de la nature de l'UICN à Hawaï en 2016.<sup>4</sup> Le mouvement #NatureForAll est propulsé par une coalition grandissante de partenaires dirigés par l'UICN représentant une multitude de secteurs. Il vise à développer du soutien et à motiver les actions des gens de tous les horizons en les sensibilisant et en facilitant les expériences et les connexions avec la nature.

#### 2. Recherche sur la sensibilisation, l'engagement envers la nature et le changement de comportement

49. La compréhension, la sensibilisation et l'appréciation des nombreuses valeurs de la diversité biologique incitent les gens à apporter les modifications nécessaires et à agir afin de créer la « volonté politique » d'agir des gouvernements.

50. Le Children & Nature Network a développé une nouvelle synthèse des facteurs influençant la conservation et le comportement favorable à l'environnement dans le cadre des travaux du Secrétariat et de la Commission pour l'éducation et la communication de l'UICN et son initiative #NatureForAll. Les résultats de ces travaux ont été mis à la disposition de la Conférence des Parties à sa quatorzième réunion.<sup>5</sup> Le rapport révèle qu'outre la sensibilisation, les expériences significatives et un lien avec la nature sont essentiels afin de réunir les conditions nécessaires à l'établissement d'une valeur plus élevée, du soutien et de l'action pour la conservation de la diversité biologique à l'échelle des générations, des secteurs et des sociétés. Une plus grande attention portée à la participation du public et un lien avec la nature seront importants afin de réaliser les changements de comportements et créer et maintenir la volonté politique pour appliquer la Convention.

51. Les gouvernements nationaux et infranationaux, ainsi que les parties prenantes, ont l'occasion d'adopter des politiques propres aux secteurs afin d'améliorer les mesures prises pour créer le lien entre les personnes et la nature en tant que stratégie essentielle pour réaliser la Vision 2050 et mettre en œuvre le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, dont celles-ci :

a) Des politiques d'éducation et de soins aux enfants qui favorisent le temps passé dehors, dans la nature, et l'apprentissage expérientiel sur la nature au cours de la petite enfance et tout au long de la vie ;

b) Des politiques de santé et de soins des aînés qui préconisent le contact avec la nature en tant que mécanisme pour offrir des avantages physiques et pour la santé mentale aux personnes de tous les âges ;

c) Des politiques de planification communautaire et d'urbanisme visant à créer des villes riches en nature où l'on retrouve des parcs et des aires protégées adaptées de manière à maximiser les avantages pour les populations et la nature ;

d) Des politiques concernant les parcs, les loisirs en plein air et le tourisme qui favorisent les expériences en famille, les programmes d'interprétation et l'éducation en plein air fondée sur la nature et l'apprentissage expérientiel ;

e) Des politiques d'art et de culture qui encouragent l'intégration de la culture et de la nature, afin de développer un sentiment de communion avec la nature tout en célébrant les occasions de connexion et de guérison ;

f) Des politiques qui encouragent les investissements du secteur privé dans des programmes, des infrastructures et des solutions innovatrices durables pour créer un lien entre les personnes et la nature ;

g) Des politiques qui invitent les organisations pour la conservation de la biodiversité à unir les efforts de tous les secteurs afin que chacun puisse connaître les bienfaits d'être en communion avec la nature.

### C. La « flottille des communications sur la biodiversité »

52. 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, le 21 et 22 novembre 2019, a permis à un groupe

---

<sup>4</sup> <https://natureforall.gloal/>

<sup>5</sup> CBD/COP/14/INF/20 .

d'organisations regroupant des Parties à la Convention, des agences des Nations Unies, 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 de former un groupe spécial de communication appelé « flottille ». L'expression est issue des réunions du projet de conservation de Cambridge.

53. Les membres sont convenus de manière informelle que le groupe devait viser des coûts de participation peu élevés au chapitre des ressources humaines, et que les membres seraient libres de participer à certains éléments et non à d'autres. Les produits communiqués par le groupe reposeraient sur le principe de source d'information ouverte préconisant l'inclusion, la transparence et la neutralité. L'accent serait mis sur la promotion de la diversité biologique et de la nature, dans le but de soutenir les négociations du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020. Les messages du groupe seraient élaborés au fil des réunions et des activités de l'année et différentes organisations pourraient y contribuer.

54. La coordination et l'organisation du groupe exigeraient une liste de distribution, un groupe WhatsApp, des réunions de groupe hebdomadaires et de petits groupes de travail pour aborder différents thèmes. Dans l'éventualité où des ressources deviendraient disponibles, les membres du personnel agiraient à titre de guides et un personnel de soutien pourrait être mobilisé. Le groupe a défini les tactiques suivantes :

a) Occasions d'activation des partenaires comprenant des journées internationales et autres occasions commémoratives ;

b) Production de matière de source d'information ouverte (actif, publications, photos, vidéos, récits) ;

c) Reconnaissance des forces des membres, à savoir les modèles de pétitions, les chefs de file scientifiques, les réseaux d'influenceurs, les forces des réseaux, les comités éducatifs et autres ;

d) L'accent serait mis sur les moments les plus importants : événements et moments importants, tels que les réunions du Groupe de travail sur le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, le Congrès mondial de la nature de l'UICN, la Journée internationale de la biodiversité, la Journée mondiale de l'environnement et l'Assemblée des Nations Unies pour l'environnement (UNEA) ;

e) Les membres de la flottille feraient participer les membres des médias ;

f) Certains membres de la flottille pourraient produire un livre blanc et réaliser d'autres activités pour militer pour des communications percutantes dans le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 ;

g) Promotion de nouvelles voix imprévues ;

h) Tactiques portant sur des cibles précises (affaires, foi, parlementaires, etc.) ;

i) Fusion des échanges sur le climat et de la biodiversité.

55. La flottille s'est réunie presque toutes les semaines en 2020, à partir du mois de mars. Les activités du groupe ont amplifié la plupart des activités de communication pour la Journée mondiale de la vie sauvage, Earth Hour, la Journée internationale de la biodiversité, la Journée mondiale de l'environnement, le lancement de la cinquième édition des *Perspectives mondiales de la diversité biologique* et autres activités.

## VII. ACTIVITÉS EN 2020

### A. Médias sociaux 2020

56. Les activités dans les médias sociaux en 2020 au titre de la Convention ont commencé par une campagne de « résolutions de 2020 » visant à sensibiliser et à développer de l'engouement pour la « super année de la biodiversité ». La campagne a profité d'un niveau d'engagement et de participation élevé, où les représentants des Parties, les parties prenantes et chefs de file des Nations Unies ont partagé des messages

vidéo d'engagement à faire avancer les buts pour la diversité biologique avant la quinzième réunion de la Conférence des Parties.<sup>6</sup>

57. La commémoration de la Journée internationale de la biodiversité a été marquée par une série d'éléments multimédias publiés sur les réseaux de la CDB et partagés avec des organisations partenaires. Une « vague de solidarité » de 36 heures comprenant des messages d'appui des Parties et des parties prenantes du monde entier a aidé au rayonnement et à augmenter la participation à la campagne.

58. D'autres moments importants ont fait l'objet d'une promotion active et ont envahi les médias sociaux, notamment le dévoilement du logo de la quinzième réunion de la Conférence des Parties, la publication de l'avant-projet du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 et les célébrations entièrement numériques de la Journée internationale de la biodiversité, de la Journée mondiale de l'environnement et du lancement de la cinquième édition des *Perspectives mondiales de la diversité biologique*.

59. Grâce à cette poussée importante, toutes les plateformes de médias sociaux de la CBD ont enregistré une croissance au cours de la première moitié de 2020, à l'exception de la page Facebook de la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité :

- Twitter de la CBD : **@UNBiodiversity** <https://twitter.com/UNBiodiversity>. Abonnés le 1<sup>er</sup> janvier : 39 166. Abonnés le 30 juin : 53 361. Croissance : + 36 p. cent
- Twitter de la Secrétaire exécutive : **@Mremae** <https://twitter.com/mremar>. Abonnés le 1<sup>er</sup> janvier : 314. Abonnés le 30 juin : 2 842. Croissance : +805 p. cent
- Facebook : **@UNBiodiversityConvention** <https://www.facebook.com/UNBiodiversityConvention>. Abonnés le 1<sup>er</sup> janvier : 163 858. Abonnés le 30 juin : 165 393. Croissance +1 p. cent
- LinkedIn : **@UNBiodiversity** <https://www.linkedin.com/company/UNBiodiversity>. Abonnés le 1<sup>er</sup> janvier : 15 519. Abonnés le 30 juin : 19 453. Croissance : +26 p. cent
- Instagram : **@UNBiodiversity** <https://www.instagram.com/unbiodiversity>. Abonnés le 1<sup>er</sup> janvier : 130 202. Abonnés le 30 juin : 202 000. Croissance : +55 p. cent
- YouTube : <https://www.youtube.com/c/ConventionBiologicalBiodiversity>. Abonnés le 1<sup>er</sup> janvier : 1 397. Abonnés le 30 juin : 2 015. Croissance : +44 p. cent

### **B. Lancement de la cinquième édition des *Perspectives mondiales de la diversité biologique***

60. Le Secrétariat a collaboré avec la Plateforme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques (IPBES), la Fondation des Nations Unies, Terry Collins & Associates, des membres de la « flottille » de communication et autres institutions alliées au lancement de la cinquième édition des *Perspectives mondiales de la diversité biologique* le 15 septembre 2020. La campagne a retenu énormément d'attention dans les médias et a ainsi contribué à hausser le niveau de sensibilisation à l'appauvrissement de la diversité biologique en tant que menace au bien être humain comparable aux changements climatiques.

61. La planification et la préparation des communications stratégiques, dont les recherches et les liaisons visant à confirmer ou à connaître des personnes-ressources spécifiques dans les principaux médias sociaux et organismes partenaires à l'échelle mondiale ont commencé plusieurs mois à l'avance. Une phase de pré-lancement a été organisée (janvier 2020 – septembre 2020) dans le but de hausser le niveau de sensibilisation en mettant l'accent sur l'envergure, l'étendue et l'importance des *Perspectives*. L'étape de pré-lancement a aussi eu pour objectif de recenser et de mettre en action les partenaires, les alliés, les militants et les médias.

62. Un « document d'introduction » sur les *Perspectives*, indiquant une date de lancement initiale du 18 mai, a d'abord été envoyé à des milliers de médias et ONG avant la deuxième réunion du Groupe de

<sup>6</sup> <https://www.cbd.int/article/2020-01-03-19-45-58>

travail à composition non limitée sur le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, qui a eu lieu à Rome, en février 2020. Le document d'introduction décrivait les principaux sujets, objectifs et échéances du rapport, mais surtout, il procurait aux médias une adresse de courriel dédiée pour les demandes d'accréditation, ce qui leur a permis un accès à l'avance frappé d'embargo au rapport, aux communiqués de presse et au matériel complémentaire.

63. Mis à jour par la publication d'une nouvelle date de lancement, le document d'introduction a été envoyé de nouveau aux médias qui n'avaient pas ouvert le courriel, à la fin du mois d'août et encore une fois au début septembre. Sa portée a été étendue dans les médias sociaux de la Convention et des organisations partenaires. En utilisant le document d'introduction comme base de discussion, les principaux journalistes ont eu droit à un suivi téléphonique ou par courriel. Environ 140 journalistes ont reçu une accréditation pour le lancement des *Perspectives*.

64. D'importantes organisations non gouvernementales et autres organisations partenaires de la flottille de communication ont aussi été invitées à participer et une campagne destinée à des partenaires multiples lancée dans les médias sociaux afin d'informer et d'accroître la portée dans les groupes présentés par des parties prenantes. Le document d'introduction a été complété par une version vidéo pour les médias sociaux. Du matériel d'après-lancement destiné aux médias sociaux, y compris des « cartes de citation » pour les invités spéciaux et des messages importants, a été préparé.

65. Toutes les ressources à l'intention des médias, comprenant la version intégrale des *Perspectives* et le Sommaire à l'intention des décideurs, ont été placées dans un dossier en ligne et offertes exclusivement aux médias accrédités et ONG frappées d'embargo, une semaine avant le lancement.<sup>7</sup>

66. Le communiqué de presse frappé d'embargo a été publié une semaine avant l'aperçu des *Perspectives*, au cours de la session virtuelle de la vingt-quatrième réunion de l'Organe subsidiaire chargé de fournir des avis scientifiques, techniques et technologiques, et une série d'entrevues préliminaires dirigée par la Secrétaire exécutive, le Secrétaire exécutif adjoint, Tim Hirsch du mécanisme d'information mondial sur la biodiversité ainsi que des experts de l'IPBES a été organisée avec les principaux médias et un petit groupe de porte-parole.

67. Le nombre total de visites sur les sites de nouvelles en ligne avait atteint 2 038 en 32 langues et 95 pays au 24 septembre. Le nombre d'impressions potentielles en ligne a atteint 8,1 milliards, sans compter la télévision, la radio et les imprimés. Amplifié par les organisations partenaires de la « flottille » de communication, la couverture du lancement du rapport dans les médias sociaux a été extraordinaire, comptant plus de 10 000 « mentions » suivies dans les médias sociaux (nombre d'impressions potentielles : 168 millions), dont plus de 6 900 gazouillis et partages de gazouillis saisis du 15 au 17 septembre.

68. Les liens vers la couverture ont été partagés dans les médias sociaux de centaines d'influenceurs importants, dont le Directeur exécutif du PNUE, le Secrétaire exécutif de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques et l'ancienne première ministre de la Nouvelle-Zélande et Administratrice du PNUD Helen Clark, ainsi que de célébrités telles qu'Ed Norton et Bianca Jagger, pour ne nommer qu'elles. Le Secrétariat a émis 28 publications concernant les *Perspectives* du 1<sup>er</sup> au 19 septembre, dont 11 gazouillis en direct au cours du lancement, ce qui a produit plus de 450 000 impressions.

---

<sup>7</sup> <https://bit.ly/GBO5Media>

## VIII. ÉLÉMENTS SUGGÉRÉS D'UN PROJET DE RECOMMANDATION

69. L'Organe subsidiaire chargé de l'application pourrait souhaiter adopter une recommandation qui ressemble à ce qui suit :

*L'Organe subsidiaire chargé de l'application,*

*Accueillant avec satisfaction* les travaux de la Secrétaire exécutive en appui au cadre de la Stratégie de communication mondiale<sup>8</sup> présenté dans la note de la Secrétaire exécutive,<sup>9</sup>

1. *Invite* la Secrétaire exécutive à poursuivre ses travaux en lien avec les activités énumérées dans la note de la Secrétaire exécutive<sup>9</sup> et à développer davantage ces activités, surtout en appui aux négociations et à la mise en œuvre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, en coordination avec les échanges du Groupe de travail à composition non limitée sur le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 ;

2. *Recommande* que la Conférence des Parties, à sa quinzième réunion, adopte une décision qui ressemble à ce qui suit :

*La Conférence des Parties,*

1. *Demande* le développement plus approfondi d'activités supplémentaires de manière coordonnée et complémentaire aux activités de communication, dont le programme de travail sur les communications, l'éducation et la sensibilisation du public, les dispositions sur le rayonnement et la sensibilisation du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, la Décennie des Nations Unies sur la restauration<sup>10</sup> et le Programme de développement durable à l'horizon 2030 ;<sup>11</sup>

2. *Prie* la Secrétaire exécutive de coordonner, de configurer et de se munir de suffisamment de ressources de communication pour soutenir le large éventail d'activités de communication nécessaires à une stratégie de communication mondiale, conformément aux activités et aux buts du cadre de résultats opérationnels à moyen terme et autres programmes de communication pertinents au cours de la prochaine période biennale, dont :

a) La stratégie de communication exhaustive qui devrait accompagner le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, comme indiqué dans la décision 14/34 ;

b) Le programme de travail de communication, d'éducation et de sensibilisation du public ;

c) Les communications d'entreprise pour le Secrétariat, dont des ressources pour appuyer l'utilisation dynamique et croissante de médias sociaux, soutenir la portée médiatique traditionnelle, les travaux continus pour refaire le site Web et le développement des nouvelles campagnes de communication et des campagnes existantes telles que la Décennie des Nations Unies sur la restauration des écosystèmes et des « Solutions naturelles aux changements climatiques » ;

d) La collaboration avec d'importants partenaires, tels que la « flottille » de communication, les conventions liées à la diversité biologique, les secrétariats de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques et la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification, le Programme des Nations Unies pour l'environnement, le Département des communications mondiales, l'Union internationale pour la conservation de la nature et le World Wildlife Fund for Nature ;

---

<sup>8</sup> Décision [XIII/22](#).

<sup>9</sup> CBD/SBI/3/9.

<sup>10</sup> Voir la résolution 73/284 de l'Assemblée générale.

<sup>11</sup> Voir la résolution 70/1 de l'Assemblée générale.

3. *Prie* les Parties de mobiliser des ressources humaines et financières suffisantes et prévisibles pour exécuter ces tâches, notamment en coordination avec le Fonds pour l'environnement mondial.

---