



Convention sur la diversité biologique

Distr.
GÉNÉRALE

CBD/COP/DEC/XIII/22
13 décembre 2016

FRANÇAIS
ORIGINAL : ANGLAIS

CONFÉRENCE DES PARTIES À LA
CONVENTION SUR LA DIVERSITÉ
BIOLOGIQUE

Treizième réunion

Cancun, Mexique, 4-17 décembre 2016

Point 12 de l'ordre du jour

DÉCISION ADOPTÉE PAR LA CONFÉRENCE DES PARTIES À LA CONVENTION SUR LA DIVERSITÉ BIOLOGIQUE

XIII/22. Cadre pour une stratégie de communication

La Conférence des Parties à la Convention sur la diversité biologique,

Rappelant la résolution 65/161 de l'Assemblée générale des Nations Unies dans laquelle l'Assemblée a déclaré 2011-2020 la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité,

Rappelant la décision XI/2 et son appui de la stratégie pour la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité examinée par le Groupe de travail spécial à composition non limitée sur l'examen de l'application de la Convention à sa quatrième réunion,

Rappelant le programme de travail sur la communication, l'éducation et la sensibilisation du public,

Prenant note de la résolution 93 du Congrès mondial de la nature de 2016 « connecter les populations avec la nature partout dans le monde » et son appel à soutenir l'Objectif 1 d'Aichi pour la biodiversité, notamment par le biais de la campagne #NatureForAll,

1. *Accueille avec satisfaction* le cadre pour une stratégie de communication élaboré par le Secrétaire exécutif¹, qui figure en annexe à la présente décision;

2. *Invite les Parties* à utiliser ce cadre lorsqu'elles cherchent à développer leurs propres stratégies nationales et à rendre compte des résultats de leurs travaux via le Centre d'échange;

¹ UNEP/CBD/COP/13/14.

3. *Invite* les institutions des Nations Unies et les fonds multilatéraux, y compris ceux mentionnés dans l'annexe à la présente décision, à utiliser également le cadre pour développer leurs propres stratégies;

4. *Prie* le Secrétaire exécutif de continuer à œuvrer pour appliquer et appuyer davantage l'application de ce cadre, notamment en travaillant avec les partenaires existants de la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité, y compris le Bureau du Secrétaire général de l'Organisation des Nations Unies, et en forgeant de nouveaux partenariats, dans la limite des ressources disponibles, et de rendre compte des résultats de ces travaux à la Conférence des Parties à sa prochaine réunion;

5. *Prie également* le Secrétaire exécutif, *exhorte* les Parties, et *invite* les autres gouvernements et organisations concernées à promouvoir des synergies, en application de la décision XIII/24 de la Conférence des Parties relative à la coopération avec d'autres conventions et organisations internationales, lorsqu'ils facilitent et exécutent des activités de communication, y compris des activités prévues dans la stratégie web.

Annexe

CADRE POUR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION

A. Champ d'application et but

1. La présente stratégie a vocation à être utilisée comme un cadre souple pour orienter les actions et les activités du Secrétaire exécutif, des Parties à la Convention sur la diversité biologique et d'autres partenaires, parties prenantes et acteurs qui contribuent à la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité. Ses résultats et conclusions devraient servir de guide à l'élaboration et à l'articulation plus approfondies des stratégies et plans d'action spécifiques qu'élaboreront le Secrétaire exécutif, les Parties, les parties prenantes et d'autres. Elle devrait également faire l'objet d'un examen régulier.

2. Le but du cadre de communication au titre de la Convention sur la diversité biologique est d'orienter le Secrétariat, les Parties, les autres gouvernements et les organisations compétentes dans l'élaboration de stratégies de communication effectives, ciblant des parties prenantes mondiales, régionales et nationales spécifiques, en vue d'avancer dans la réalisation des trois objectifs de la Convention et de ses programmes, initiatives et Protocoles.

B. Objectifs

3. Les initiatives en matière de communication doivent appuyer de manière soutenue l'application de la Convention sur la diversité biologique, son Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020 et sa vision à l'horizon 2050. Ces initiatives devraient être conçues pour avoir un impact non seulement sur les dernières années de la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité 2011-2020, mais aussi sur les décennies ultérieures jusqu'en 2050. Dans ce contexte, les principaux objectifs sont les suivants :

Communiquer l'état d'avancement de la mise en œuvre du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020 et de sa vision à l'horizon 2050

4. Les initiatives de communication doivent montrer l'état d'avancement de la mise en œuvre du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020 et de ses Objectifs d'Aichi pour la biodiversité. Les communications devraient clairement indiquer là où des progrès ont été accomplis aux niveaux national et mondial, ainsi que les cas dans lesquels des mesures additionnelles sont requises. Elles devraient également montrer comment la mise en œuvre du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020 contribue à la réalisation d'autres objectifs des conventions relatives à la diversité biologique.

5. L'objectif est de donner une image précise de la mise en œuvre qui soit également une source d'inspiration pour des mesures additionnelles, avec comme objectif plus large d'inspirer l'adoption de mesures soutenues à l'horizon 2050. Les initiatives de communication durant les quatre dernières années de la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité ciblent certes la réalisation du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020, mais il est important de mobiliser un appui pour la réalisation de la vision du Plan stratégique pour la diversité biologique à l'horizon 2050.

Exhorter les Parties à prendre des mesures additionnelles lorsque celles-ci s'avèrent nécessaires

6. S'agissant du premier objectif, les communications doivent promouvoir un appui fourni à des mesures additionnelles dans le cas des buts et objectifs du Plan stratégique pour la diversité biologique que les Parties ne semblent pas en bonne voie de réaliser. Ces communications devraient être de nature à encourager l'action. Cela peut revêtir la forme d'un appui positif pour les efforts déployés et donner des avertissements quant aux conséquences négatives si les objectifs ne sont pas atteints.

7. Les Parties auront à cet égard un objectif particulier qui est de montrer comment elles atteindront les Objectifs d'Aichi pour la biodiversité au niveau national. D'autres parties prenantes devront communiquer comment leurs mesures appuient l'adoption de mesures additionnelles.

Montrer à des publics multiples la pertinence de la biodiversité et des travaux de la Convention pour le développement durable et d'autres priorités mondiales

8. Les trois objectifs de la Convention sur la diversité biologique sont clairement liés à d'autres objectifs internationaux de développement durable. En démontrant la pertinence de la biodiversité pour ces différentes questions, l'accent devrait d'abord être mis sur une analyse des principales préoccupations dans chaque domaine, la biodiversité étant ensuite introduite pour ce qui est de sa contribution à la résolution de problèmes.

9. Le programme consacré aux changements climatiques revêt à cet égard une importance particulière. Des efforts doivent être faits pour montrer les liens qui existent entre la biodiversité et les changements climatiques. Ceci inclut les impacts de ces changements sur la biodiversité, tant au niveau mondial que dans des cas particuliers. De même, il est important de souligner la contribution de la biodiversité aux efforts d'atténuation des changements climatiques et d'adaptation à ceux-ci, y compris l'adaptation et la réduction des risques de catastrophe fondées sur les écosystèmes.

10. Ce faisant, des efforts doivent être faits pour montrer comment les travaux qui relèvent de la Convention contribuent aux travaux qui relèvent de la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification (CNULD). Les messages de la CBD doivent être reliés au programme et aux messages concernant une dégradation des terres neutre de la CNULD.

11. D'autres domaines offrent également des possibilités où la contribution de la biodiversité à l'obtention de résultats pour des enjeux spécifiques est aussi évidente. La sécurité hydrique et alimentaire ainsi que le programme de santé publique représentent des liens stratégiques.

12. Les messages doivent également atteindre quelques acteurs qui, à la surface, sont très éloignés des objectifs de la CBD, mais dont les actions ont un impact sur les travaux de la Convention. Les ministères des transports, de l'énergie, des finances et de l'infrastructure sont des exemples de communautés qui devraient être ciblées pour une participation. En faisant participer ces communautés, l'accent devrait être mis sur les principales questions qui préoccupent ces secteurs et sur la façon dont la biodiversité permet d'y répondre.

13. Le monde des affaires est un public extrêmement important pour de nouvelles communications. Utilisateur important de la biodiversité et de ses services écosystémiques, la capacité qu'il a d'arriver à

une consommation durable sera cruciale pour la réalisation des buts de la CBD. Le lien entre la conservation et l'utilisation durable de la biodiversité et la responsabilité sociale des entreprises est important. Plus importante encore est la nécessité de promouvoir le bien-fondé d'une conservation de la biodiversité. Le rôle des entreprises en tant qu'utilisateurs de ressources génétiques dans le contexte du Protocole de Nagoya sur l'accès et le partage des avantages est lui aussi un élément important.

14. Les jeunes constituent également un groupe important. Dans la mesure où il existe une culture jeune mondiale, ou des variations régionales d'une telle culture, la communication avec ce groupe sera importante pour les actions à mener durant les décennies à venir.

Fournir des outils de renforcement des capacités

15. La réalisation des buts du Plan stratégique pour la diversité biologique exigera des capacités additionnelles dans le cas de maintes Parties à la Convention. Dans de nombreux cas, cela requiert un renforcement des capacités. Les Parties ont fréquemment indiqué l'importance du renforcement des capacités comme étant une activité que le Secrétariat ainsi que d'autres acteurs devraient effectuer pour garantir la réalisation des Objectifs d'Aichi pour la biodiversité. C'est pourquoi un important but de communication sera de diffuser ces outils aux acteurs et d'assurer leur pleine élaboration. Les liens entre ces outils et d'autres initiatives de renforcement des capacités, et avec le programme d'éducation pour un développement durable (EDD), sont aussi importants.

C. Messagerie de base : structure et éléments des messages de base

Approche générale de la messagerie

16. Etant donné que le public de tous les messages consacrés à la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité est de portée mondiale, mais aussi très spécifique quant à leur application, la meilleure structure est celle d'une série globale parapluie de messages dans laquelle il est possible d'élaborer et de transmettre des messages individuels et spécifiques. Telle était la stratégie globale pour l'Année internationale de la biodiversité en 2010, qui a élaboré un message de base et l'a fourni à d'autres comme gabarit pour qu'ils les adaptent à leurs besoins.

17. Les messages créés pour la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité doivent être conformes aux documents de base qui émanent du processus de la CBD. Cela comprend les messages du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020, tels que décrits dans l'annexe de la décision X/2, en particulier les buts, la mission et la vision, les conclusions des *Perspectives mondiales de la diversité biologique*, en particulier sa quatrième édition et les messages apparaissant sur les portails Web pour la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité.

18. La messagerie doit reposer sur des preuves et être scientifiquement crédible alors même qu'elle cherche à être une source d'inspiration. On peut trouver une importante assise de lien qui unit les différents éléments des messages dans le cadre conceptuel de la plateforme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques (décision IPBES-2/4). En outre, ces messages devraient être fondés sur les conclusions d'autres publications. Les *Perspectives mondiales de la diversité biologique* devraient rester une source primaire; toutefois, d'autres publications qui ont été vérifiées par le Secrétariat et la Conférence des Parties peuvent également être incluses.

19. Les principaux messages à moyen terme (entre maintenant et 2020) seront un mélange de messages positifs et négatifs, selon les buts de politique générale à atteindre. La messagerie positive doit inclure des éléments utilitaires et 'esthétiques'. Une de ses dimensions consiste à mettre en relief le rôle de la biodiversité ou de la nature comme une solution aux problèmes de développement durable que connaît l'humanité. Ce faisant, la messagerie doit dépasser la notion selon laquelle la biodiversité est une victime du développement, en particulier son appauvrissement. Une autre dimension des messages

positifs est de mettre en valeur la beauté de la nature, par le charisme des espèces et des écosystèmes, ainsi que la complexité et la source d'inspiration que la biodiversité représente.

20. Comme indiqué ci-dessus, le but de la stratégie de communication est de célébrer le succès de la mise en œuvre du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020 et d'encourager l'adoption de mesures additionnelles lorsqu'elles s'avèrent nécessaires. Comme on le verra ci-dessous, la notion du contexte sera importante pour la conception des messages adressés à différents publics.

21. Les messages positifs mettront en relief la mesure dans laquelle des progrès ont été accomplis dans la mise en œuvre du Plan stratégique pour la diversité biologique. De plus, les succès doivent également souligner les avantages tirés de cette réalisation. Ces avantages devraient être exprimés en fonction de la contribution au bien-être humain, à la réalisation des Objectifs de développement durable et d'autres objectifs. En soulignant leurs succès, les gouvernements nationaux souhaiteront peut-être les relier aux stratégies nationales de développement durable.

22. Les messages négatifs devraient être utilisés avec prudence, mais il s'avère parfois important de décrire les conséquences de la non-réalisation des Objectifs d'Aichi pour la biodiversité. Les messages négatifs devraient être exprimés en fonction des opportunités perdues pour le bien-être humain qui seront le résultat d'une passivité, ou en fonction de l'augmentation des dépenses nécessaires pour récupérer et restaurer les services écosystémiques à cause de l'inaction.

23. Les messages composites ont pour objet de fournir un cadre dans lequel les Parties et d'autres acteurs peuvent créer des messages qui mettront en relief leurs propres réalisations spécifiques.

Stratégie de marque

24. Un aspect important des messages est la stratégie de marque. Une stratégie de marque cohérente, bien conçue et attrayante peut accroître considérablement l'impact des messages de base. Cela a été clairement démontré pour la Décennie, grâce à un logo attrayant comprenant une palette d'éléments visuels relatifs à la biodiversité. Dans le contexte élargi de la Convention et de ses protocoles, le logo de la CBD et ses principes directeurs constituent actuellement le noyau de la politique de marque de la CBD. Des travaux sont en cours pour étendre cette stratégie de marque de base à une politique de marque à part entière, qui sera appliquée de manière cohérente à toutes les voies de messagerie et de communication. On trouvera un aperçu des principaux éléments de la stratégie de marque de la CBD dans un document d'information.

Éléments des messages

25. Dans l'ensemble, les messages devraient communiquer les éléments généraux relatifs aux liens qui unissent la population à la biodiversité :

a) Les messages devraient construire la perception que la population est liée à la biodiversité dans la quasi-totalité des aspects de sa vie;

b) Les communications devraient sensibiliser la population aux dangers d'un appauvrissement de la biodiversité et aux avantages que représente sa sauvegarde;

c) Les messages devraient promouvoir un sentiment d'urgence quant à la nécessité de prendre des mesures pour arrêter l'appauvrissement de la biodiversité et pour encourager les populations à agir sans plus attendre.

26. Les messages devraient également mettre en relief la vision du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020 dans le contexte d'un horizon temporel plus long:

a) Le moment est certes venu d'agir, mais l'horizon le plus important pour le faire est le milieu du XXI^{ème} siècle;

b) D'ici le milieu du XXI^{ème} siècle, l'humanité devrait valoriser, conserver, restaurer et utiliser sagement la biodiversité d'une manière qui préserve les services écosystémiques;

c) Les mesures prises devraient chercher à soutenir une planète saine et donner des avantages essentiels pour tous.

27. Les messages devraient également relier les buts du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020 à des priorités spécifiques de développement national, montrant comment la réalisation d'un développement durable au niveau national nécessite l'intégration de la biodiversité dans ces activités.

28. Les messages devraient clairement montrer les liens qui existent entre la biodiversité et d'autres questions de développement durable, l'accent étant mis sur les Objectifs de développement durable :

a) Le Programme de développement durable à l'horizon 2030, convenu qu'il a été par les 193 Etats membres des Nations Unies, crée un ambitieux cadre de buts et objectifs destinés à gérer une série de problèmes mondiaux pour la société;

b) La biodiversité, les fonctions environnementales et les services écosystémiques contribuent directement aux priorités que sont le développement et le bien-être humain. Près de la moitié de la population mondiale est directement tributaire des ressources naturelles pour ses moyens de subsistance. Bon nombre des personnes les plus vulnérables dépendent directement de la biodiversité pour satisfaire leurs besoins de subsistance quotidiens;

c) La biodiversité est également au centre de maintes activités économiques dont celles qui sont liées à l'agriculture, la foresterie, la pêche et le tourisme. L'importance de la biodiversité et des écosystèmes se retrouve dans nombre de buts et objectifs de développement durable;

d) C'est pourquoi la prise en compte de la biodiversité et des écosystèmes sera essentielle lorsque les pays entreprennent la mise en œuvre du Programme de développement durable à l'horizon 2030 et de ses Objectifs de développement durable, ainsi que celle des principales priorités nationales de développement durable.

29. Les messages devraient exhorter les publics cibles à agir. A cet égard, il importe que les messages donnent une liste de mesures spécifiques qu'un groupe cible peut prendre pour sauvegarder la biodiversité et qu'il y ait des orientations sur la manière de les prendre.

30. Les messages et campagnes spécifiques devraient être sensibles aux valeurs du public cible et exprimer la biodiversité et les mesures à prendre pour la conserver et l'utiliser de manière durable dans le contexte de ces valeurs. C'est pourquoi la recherche du public est un élément clé de toute adaptation à l'usager.

D. Publics

31. Compte tenu du public mondial de la Convention, il importe d'identifier les segments du public et de relier les communications avec chacun d'entre eux aux différents buts de la stratégie et aux messages de conception en conséquence. Pour les groupes ci-dessous, il convient de noter qu'il y aura des publics qui reçoivent des messages et des groupes qui transformeront et/ou transmettront des messages à d'autres groupes cibles subsidiaires.

Parties à la CBD et à ses protocoles

32. La Convention sur la diversité biologique est appliquée au niveau national par les gouvernements nationaux et les Parties sont donc l'un des principaux publics pour les communications du Secrétariat et d'autres acteurs au niveau international. Les correspondants de la Convention et de ses protocoles sont ici le principal public. Au niveau des Parties elles-mêmes, les correspondants nationaux de la Convention et de ses protocoles sont non seulement un public, mais ils doivent également communiquer avec les ministères et d'autres départements ministériels qui traitent normalement les questions de gestion de la biodiversité, pour faire en sorte que les Parties intègrent la biodiversité dans les travaux d'autres secteurs. Dans ce groupe, on trouve les gouvernements régionaux et locaux ainsi que les villes qui exécutent de plus en plus des stratégies et plans d'action pour la diversité biologique.

Parties prenantes et autres membres du public de base de la CBD

33. Les Parties sont certes la principale cible de la CBD, mais il existe plusieurs autres acteurs et parties prenantes qui appuient les Parties ou qui ont un rôle spécifique à jouer dans l'application de la Convention sur la diversité biologique. C'est parce que ces acteurs ne sont pas des Parties que les communications qui leur sont destinées auront un caractère différent. Dans le même temps, lorsque ces acteurs se livrent à des activités de soutien au niveau national, ils peuvent être inclus dans certaines communications.

34. Les partenaires du système des Nations Unies qui participent aux travaux de la CBD ainsi que d'autres organisations régionales sont aussi importants. Ces acteurs non seulement transmettront les travaux de la Convention à d'autres, mais ils saisiront aussi la possibilité qui leur est donnée de promouvoir leurs propres travaux et leur pertinence pour le programme de développement durable ainsi que pour le Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020.

35. Les musées d'histoire naturelle, les jardins botaniques, les zoos et les aquariums sont d'autres groupes dont les travaux sont essentiels pour la Convention, tant pour ce qui est des mesures de conservation spécifiques que de la sensibilisation à la biodiversité.

36. L'UICN est elle aussi une organisation unique en son genre. Vu son rôle dans l'élaboration de la Convention et son rôle central dans la conservation de la nature, elle est un public clé pour la Convention ainsi qu'un important multiplicateur d'effet.

37. Les ONG de défense de l'environnement sont un groupe de base qui retransmettra les messages de la Convention.

Peuples autochtones et communautés locales

38. Il est important d'accroître les travaux avec les peuples autochtones et les communautés locales afin de faire connaître leur rôle dans la conservation et l'utilisation durable de la biodiversité, et de montrer comment leurs activités contribuent à l'application de la Convention sur la diversité biologique et d'autres conventions relatives à la diversité biologique. A cet égard, la communication devrait encourager les peuples autochtones et les communautés locales à promouvoir leurs activités dans le contexte de l'application au niveau national de la Convention sur la diversité biologique et de la mise en œuvre du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020. Toutefois, les travaux des peuples autochtones et des communautés locales devraient également être considérés comme une source de messages et de pratiques originales et inspirantes pour la conservation de la biodiversité et son utilisation durable. A cet égard, la communication devrait chercher à encourager les peuples autochtones et les communautés locales à célébrer, mettre en valeur et faire connaître les connaissances traditionnelles liées à la conservation et à l'utilisation durable de la biodiversité aux niveaux local, national, régional et mondial.

Le public et les groupes de parties prenantes importants

39. Il est fréquemment dit que les travaux de la Convention doivent être communiqués d'une manière qui les rend pertinents pour le « public ». Il est certes vrai que ce public est un public mondial et qu'il devrait englober tout le monde, mais il est également clair que la notion selon laquelle il existe un seul public auquel tous les messages pourraient être adressés est trop simpliste et cache d'importantes différences entre les segments du public. Le soi-disant « public » est en fait constitué par un certain nombre de différents segments divisés par pays, sexe, niveau socioéconomique et langues. C'est pourquoi toute tentative de communiquer avec le public nécessite une approche adaptée.

40. C'est au niveau national que la segmentation du public demeure la plus importante. Une bonne connaissance de la biodiversité, des fonctions environnementales et des services écosystémiques ainsi que de leur pertinence pour le grand public est en grande partie façonnée par les circonstances nationales et les « discours » nationaux sur les populations et sur la nature, et par la manière dont la biodiversité leur procure des valeurs. C'est pourquoi toute tentative de faire participer le public doit être élaborée au niveau national, sur la base d'un discours général.

41. Les consultations, les campagnes de sensibilisation et les médias – radio, télévision et textes imprimés, en particulier – sont des moyens importants de communiquer avec le public. Ainsi, les médias devraient être considérés comme ayant un multiplicateur et comme une voie de communication plutôt qu'un public en soi. Les médias cherchent à produire un contenu qui atteindra le public, ce pour quoi les travaux visant à les faire participer devraient adopter cette perspective. L'association avec les médias devrait cibler un certain nombre de leurs segments, y compris les suivants :

- a) Médias qui couvrent les politiques environnementales;
- b) Médias qui couvrent les questions liées aux consommateurs (modes de vie, moyens de subsistance et durabilité);
- c) Médias axés sur la conservation de la nature;
- d) Médias fondés sur la science;
- e) Médias axés sur le milieu des affaires et les savoir-faire 'verts';
- f) Médias axés sur la diffusion auprès du grand public.

42. Il existe aussi des groupes de parties prenantes spécifiques qui requièrent un engagement ciblé, à savoir :

- a) Le **monde des affaires** est un segment extrêmement important. Les communications devraient rechercher un plus grand engagement auprès des entreprises soucieuses de la biodiversité;
- b) Les **jeunes** sont également un public clé. Il est possible de communiquer avec eux via les activités du système des Nations Unies tout entier qui sont liées aux jeunes, en améliorant le programme de l'onde verte et d'autres initiatives similaires en tant qu'outils pour l'exécution de la Décennie, en utilisant des médias sociaux tels que Facebook, Twitter, Myspace, YouTube et d'autres, et via des concours et des compétitions, y compris de peinture, de photographie, de dissertation et d'autres;
- c) Etant donné que **les femmes** sont des parties prenantes essentielles dans la conservation et l'utilisation durable des ressources, il convient d'accorder une importance particulière à l'intégration des questions de parité des sexes dans tous les engagements.

Personnes et institutions ressources

43. Ce segment du public constitue la variété de communautés d'experts et d'institutions dans différents domaines scientifiques et techniques qui génèrent et diffusent des savoirs à l'appui de l'application de la Convention. Communiquer avec elles est important pour faire en sorte que les meilleures connaissances scientifiques disponibles soient produites et utilisées à l'appui de la CBD. En outre, cette communauté d'experts est très respectée par le public et leurs messages peuvent mobiliser un appui considérable pour la Convention. Il est important de veiller à ce que leurs messages soient harmonisés. Bien que ce groupe et le public de base de la CBD se chevauchent à certains égards, celui-ci a une identité distincte.

E. Ressources

44. Dans l'exécution des activités de communication, les ressources suivantes représentent l'assise de la création de messages. Cette liste n'est pas exhaustive, mais ces ressources devraient être privilégiées par rapport à d'autres ressources.

Rapports et stratégies nationaux officiels

45. Les communications officielles des Parties à l'appui de la CBD et en réponse aux décisions de la Conférence des Parties sont une ressource clé de communication. Ces communications ont un statut officiel et fournissent des informations sur l'état d'avancement de l'application de la CBD au niveau national, tout en communiquant les intentions des Parties quant à l'application. Dans tous les rapports et stratégies nationaux officiels, les actions et les objectifs nationaux devraient être exprimés par rapport aux indicateurs convenus.

a) **SPANB.** Les stratégies et plans d'action nationaux pour la diversité biologique représentent les intentions de politique générale des Parties. La réalité est que quelques-uns seulement de ces SPANB créés en vertu du processus de la Convention ont une vision stratégique et un plan d'action. Plusieurs d'entre eux, en particulier ceux qui ont été créés il y a maintes années, peuvent être de simples rapports sur la diversité biologique au niveau national. Toutefois, dans les cas où les SPANB contiennent un plan d'action, ceux-ci doivent être utilisés pour communiquer les mesures prises au niveau national. Les SPANB devraient aussi inclure une stratégie de communication. Dans la mesure du possible, le processus d'élaboration des SPANB devrait également comprendre une stratégie de communication et de sensibilisation. Usage devrait être fait d'outils de communication, d'intégration et d'élaboration de rapports, tels que l'outil d'affichage en ligne d'Aichi, mis au point conjointement par le GIZ et le Secrétariat.

b) **Rapports nationaux.** Un beaucoup plus grand usage devrait être fait des informations contenues dans les rapports nationaux, aussi bien par le Secrétariat que par les Parties elles-mêmes. Ces informations peuvent être utilisées pour démontrer les succès obtenus en matière d'application ainsi que pour identifier les domaines dans lesquels des travaux supplémentaires sont nécessaires. Des efforts devraient également être faits pour récupérer dans les rapports les données structurées et les utiliser.

Documents officiels de la CBD

46. Les documents officiels, y compris les documents avant-session et les rapports de réunion, font état de l'orientation de politique générale de la CBD et ils représentent donc une importante ressource, fournissant un récit de l'évolution des questions qui relèvent de la Convention. Les décisions de la Conférence des Parties revêtent une importance particulière. Toutes les communications doivent nécessairement en découler et il importe de veiller à ce que les messages leur soient conformes.

Publications et autres ressources de la CBD

47. Il existe un certain nombre de ressources et publications techniques qui donnent des avis techniques et scientifiques liés à l'application de la Convention. L'exactitude de ces ressources, qui émane de la nature collégiale des travaux, est dans l'esprit des experts ainsi que des membres du public la base de leur légitimité. C'est pourquoi les messages devraient déployer ces ressources pour montrer le fondement scientifique des travaux de la Convention.

48. Ces ressources, bien que toutes d'une nature technique, ont un format, des buts et des langues assez spécifiques. C'est pourquoi toutes devraient être élaborées avec des communautés spécifiques l'esprit et avoir des structures et discours appropriés. Il n'existe pas un format unique. Cependant, toutes devraient avoir des métadonnées spécifiques.

F. Voies de communication et multiplicateurs d'effet

49. Il existe plusieurs voies de communication par lesquelles les messages peuvent être transmis aux publics. Dans cette partie, nous donnerons les grandes lignes de quelques-unes d'entre elles, ainsi que quelques-uns des acteurs qui peuvent avoir un effet multiplicateur des messages.

Le Centre d'échange et ses services d'information connexes

50. Le Centre d'échange non seulement une voie de communication, mais a aussi un effet multiplicateur. Il a pour but d'être un élément clé du réseau de connaissances sur la diversité biologique. Selon le paragraphe 22 du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020, le Centre d'échange sera la voie par laquelle les connaissances et les compétences d'une communauté de la biodiversité seront mises à disposition pour faciliter et appuyer davantage l'application de la Convention. Dans le Centre d'échange, des nœuds nationaux composés de réseaux d'experts avec des sites Web efficaces seront créés et soutenus. Ces nœuds seront reliés au mécanisme central dont s'occupe le Secrétariat. Le site Web de la CBD représente le nœud central de ce réseau. Il existe d'autres éléments pour des publics spécialisés, comme le Centre d'échange pour la prévention des risques biotechnologiques et le Centre d'échange sur l'accès et le partage des avantages.

51. Il est important de noter que le Centre d'échange est considéré non seulement comme le site Web et le portail de la CBD, mais aussi comme le réseau des sites Web et des services d'information des Parties. Des travaux supplémentaires doivent être effectués pour faire en sorte que les informations et les messages sont transmis via le réseau.

52. La stratégie Web de la CBD, actuellement en cours d'élaboration, devrait fournir une plateforme qui facilite et soutient les éléments de cette stratégie de communication. Elle devrait prévoir la création de l'infrastructure qui peut appuyer les communications avec les différents acteurs. La stratégie Web devrait également veiller à ce que les médias sociaux soient intégrés et incorporés dans tous les faits nouveaux du Web. Pour tout développement web et de logiciel, l'accent devrait être mis sur la façon d'assurer la compatibilité avec les normes Web d'autres institutions des Nations Unies et du système des Nations Unies.

Médias sociaux et réseaux sociaux

53. Par médias sociaux, on entend les sites Web et les applications qui permettent aux utilisateurs de créer et partager des contenus ou de participer à des réseaux sociaux. Les applications des médias sociaux varient d'un pays et d'une région à l'autre; les plateformes les plus largement répandues sont Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube, et LinkedIn. Ces dernières années, les médias et les réseaux sociaux sont devenus des outils extrêmement importants pour faciliter des mesures collectives. En effet, c'est dans le domaine des médias sociaux que le Secrétariat a, ces 24 derniers mois, communiqué le plus.

54. Les médias sociaux sont un élément important de n'importe quelle stratégie de communication et le Secrétariat utilisera une série fondamentale de messageries de médias sociaux qui peuvent ensuite être retransmises et adaptées par d'autres acteurs. Le Secrétariat produira chaque année un plan pour médias sociaux qui sera ensuite partagé. En 2016, le Secrétaire exécutif a publié une notification indiquant que les Parties devraient contribuer aux médias sociaux du Secrétariat de la CBD, y compris par le truchement de leurs Centres d'échange. Bien que tous les acteurs puissent certes avoir des stratégies indépendantes en matière de médias sociaux qui desservent leurs communautés respectives, il est important que les messages transmis sur ces plateformes soient coordonnés. En outre, la force des médias sociaux réside dans le partage des contenus entre plateformes et acteurs. C'est pourquoi partager et réafficher le contenu d'autres acteurs est une stratégie importante.

55. Les différentes plateformes de médias sociaux servent à différentes fins. On en trouvera ci-dessous quelques-unes :

a) **Facebook.** La principale plateforme devrait être la page de Facebook consacrée à la Décennie, www.facebook.com/UNbiodiversity. Tous ceux qui travaillent pour la CBD et la Décennie des Nations Unies pour la diversité biologique devraient chercher à se relier à cette page, dont le public varie beaucoup, allant d'experts scientifiques à des membres du public partout dans le monde. C'est pour cette raison que le contenu de cette page inclut non seulement des informations sur les processus officiels de la CBD, mais aussi des messages plus populaires;

b) **Twitter.** L'adresse twitter du Secrétariat est www.twitter.com/cbdnews. Les tweets sur cette page sont générés par le Secrétariat sur la base d'événements et d'impromptus. Leur principal public demeure les délégués et les participants aux processus de la CBD, ainsi que ceux qui participent à d'autres négociations internationales. Les partenaires devraient chercher à retweeter, selon qu'il convient, le contenu de cette adresse;

c) **Instagram.** Cette plateforme devient progressivement un outil important de médias sociaux pour les jeunes. Elle utilise des images, avec texte surchargé, pour échanger des idées et des expériences. C'est un moyen visuel plutôt que textuel. Le Secrétariat a créé un public pour Instagram. Les participants à cette stratégie de communication peuvent l'utiliser pour montrer des images en vue d'échanger des idées;

d) **Snapchat** est une autre plateforme importante pour les jeunes. Elle permet l'échange de courtes vidéos et de courts textes qui ne durent pas après plusieurs visualisations. Le contenu facilite l'échange d'expériences, d'ordinaire à un événement ou un lieu;

e) **LinkedIn** est une plateforme professionnelle qui est de plus en plus utilisée pour édifier des communautés de praticiens dans des milieux où Facebook semblerait trop familier. Elle comprend des communautés professionnelles et techniques spécialisées liées à la biodiversité. Cet outil peut être utilisé pour faciliter la communication entre les acteurs techniques et scientifiques qui s'occupent de la politique en matière de biodiversité.

Autres partenaires et multiplicateurs d'effet

56. Dans la mise en œuvre de cette stratégie, plusieurs organisations jouent un rôle important. Ces organisations ont non seulement un effet multiplicateur de messages, mais elles représentent aussi des groupes de pays qui ont tout à gagner de la mise en œuvre du Plan stratégique pour la diversité biologique. Ce sont notamment les suivantes :

a) **Conventions relatives à la diversité biologique.** Les conventions relatives à la diversité biologique ont des programmes qui sont similaires, même lorsqu'ils ne sont pas expressément reliés dans certains cas aux buts du Plan stratégique pour la diversité biologique. Les messages devraient être

coordonnés entre ces conventions, y compris pour les journées internationales comme la Journée mondiale des zones humides, la Journée mondiale de la vie sauvage et d'autres;

b) **Le Département de l'information des Nations Unies** est un important moyen de relier les travaux de la CBD et le programme de biodiversité au Programme de développement durable à l'horizon 2030 et autres activités. Il comprend aussi des liens avec les Centres d'information des Nations Unies (CINU), qui peuvent appuyer les travaux régionaux sur la Convention;

c) **Le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) et son Département des communications et de l'information** est un important multiplicateur de messages. Le programme du PNUE comprend un élément important consacré à la diversité biologique et la portée des communications du Département est mondiale. Le lancement de rapports de la CBD par le passé, y compris les *Perspectives mondiales de la diversité biologique*, a bénéficié de l'infrastructure de ce Département en matière d'appui et de communication;

d) **Les équipes chargées des communications au sein des secrétariats de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CCUNCC) et de la Convention des Nations Unies pour la lutte contre la désertification (CNULD) (Conventions de Rio)** sont pour créer des synergies entre l'exécution des programmes relatifs à la biodiversité, aux changements climatiques et à la dégradation des terres. Cela comprend des plateformes comme le Pavillon des Conventions de Rio et d'autres activités de communication conjointes;

e) **Le Secrétariat du Fonds pour l'environnement mondial (FEM)** est un important partenaire pour les travaux de communications et ce, vu le rôle du FEM en tant que mécanisme de financement de la Convention;

f) **L'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN)** est un partenaire clé de cette stratégie de communication, car les travaux de l'UICN ont largement contribué au développement de la CBD. Outre les messages transmis par le secrétariat, d'importants travaux sont effectués par ses commissions bénévoles, en particulier:

i) *La Commission Education et Communication de l'UICN*. En collaboration avec la Commission mondiale sur les aires protégées (on en trouvera une liste ci-dessous), la Commission Education et Communication a lancé l'initiative #Naturepourtous, qui a été élaborée dans le prolongement de l'Année internationale pour la biodiversité, ainsi que les campagnes "Love not Loss" et "Inspiring a New Generation." Ces campagnes représentent un instrument important qui peut transmettre des messages au sujet de l'engagement en faveur de la biodiversité et de la nature. La Commission est un partenaire important pour la réalisation de l'Objectif 1 d'Aichi pour la biodiversité;

ii) *La Commission mondiale sur les aires protégées*. Cette Commission est un partenaire de l'initiative #Naturepourtous mais elle travaille par-dessus tout pour garantir la réalisation de l'Objectif 11 d'Aichi pour la biodiversité. Ses messages doivent donc encourager la réalisation des objectifs liés aux aires protégées, mais travailler également sur des messages qui montrent comment la réalisation de cet objectif appuie différents autres Objectifs de développement durable;

iii) *Commission pour la survie des espèces*. La liste rouge de l'UICN est un outil de communication pour montrer l'état d'avancement de l'Objectif 12 d'Aichi pour la biodiversité;

g) **L'UNESCO** est un partenaire clé non seulement pour la science de la biodiversité, mais aussi pour son travail sur l'éducation au développement durable (EDD). C'est pourquoi ses travaux

peuvent fortement amplifier les messages et la communication aux communautés de l'éducation qui travaillent dans l'éducation formelle et informelle;

h) **Les zoos et les aquariums** ont un important effet multiplicateur, vu leur portée mondiale puisqu'ils reçoivent chaque année des centaines de millions de visiteurs. L'Association mondiale des zoos et des aquariums (WAZA) a dans le passé mené une campagne très réussie pour promouvoir la prise de conscience de la biodiversité, et des campagnes additionnelles de ce genre feraient une énorme différence;

i) **Les jardins botaniques et les musées d'histoire naturelle** jouent un rôle similaire à celui des zoos et des aquariums. Botanic Gardens Conservation International (BGCI) a organisé une vaste campagne à l'appui de la biodiversité et de la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité, et d'autres travaux avec eux doivent être envisagés;

j) **Le Fonds mondial pour la nature (WWF)** est un partenaire central pour la Décennie des Nations Unies pour la diversité biologique, étant membre de groupes de travail clés et du Comité consultatif informel pour la CESP. Leurs moyens de communication, y compris l'Indice de la planète vivante, 60 minutes pour la planète et d'autres projets encore sont de puissants véhicules pour multiplier et transmettre des messages à un plus large public;

k) **Les médias** et leurs liens pour communiquer avec le public sont mentionnés dans d'autres parties du document, mais ils devraient être également considérés ici comme un multiplicateur d'effet. Des partenariats stratégiques avec une sélection d'organisations médiatiques peuvent avoir d'importants effets de levier et de multiplication;

l) Les ambassadeurs des Nations Unies et d'autres porte-paroles célèbres ont également un important effet multiplicateur.

Manifestations

57. Les manifestations représentent d'importantes possibilités de communication, où des messages peuvent être diffusés à différents publics dans un cadre d'ordinaire riche en médias et intéressant une variété de communautés. Les grandes conférences internationales sur la diversité biologique ont en général été le principal objet des communications à ce jour. Elles demeurent d'importantes possibilités pour exécuter le programme, mais elles n'en sont pas les seules. Parmi elles figurent les suivantes :

- a) Réunions de la Conférence des Parties à la CBD;
- b) Réunions de la Conférence des Parties à la CCNUCC et à la CNULD;
- c) Réunions de la Conférence des Parties à d'autres conventions relatives à la diversité biologique;
- d) Sessions annuelles de l'Assemblée générale des Nations Unies;
- e) Réunions de l'Union internationale pour la conservation de la nature.

58. A chacune de ces réunions, il faudrait saisir l'occasion de communiquer les buts de cette stratégie de communication et d'en démontrer les liens.

59. Les événements nationaux qui peuvent être en rapport avec le programme de la biodiversité mais qui en sont distincts, constituent eux aussi d'importantes possibilités de communication. Les fêtes culturelles nationales ou les fêtes de l'indépendance devraient aussi servir à montrer le lien entre la biodiversité et l'identité nationale.

60. Les journées internationales des Nations Unies et d'autres importantes journées internationales sont également d'importants événements pendant lesquels les travaux de la Convention peuvent être remarqués et célébrés. Pour ces journées internationales, les messages devraient être harmonisés d'une façon qui montre comment l'application de la Convention peut contribuer aux objectifs de chaque journée. Au nombre des journées les plus importantes à prendre en considération figurent les suivantes : Journée mondiale des zones humides, Journée mondiale de la vie sauvage, Journée mondiale de l'eau, Journée des océans, Journée de la Terre, Journée de la Terre nourricière, Journée mondiale de l'environnement, Journée mondiale de la lutte contre la désertification et Journée mondiale de l'alimentation.

61. La Journée internationale de la diversité biologique (22 mai de chaque année) devrait également être un événement très important pour les communications. Guidés par le thème que choisit le Secrétaire exécutif, les acteurs au niveau national devraient utiliser cette journée pour articuler des visions et réponses nationales.

G. Rôles et mesures clés

62. A la lumière de tous les éléments décrits ci-dessus, les activités et rôles suivants sont envisagés pour mettre en œuvre la stratégie. Les rôles décrits ci-dessous sont indicatifs et devraient être ajustés sur la base de nouvelles informations.

63. **Secrétariat de la CBD.** Le Secrétaire exécutif et le personnel du secrétariat joueront un rôle dans la mise en place du cadre de communication, continuant d'examiner l'état des communications et cherchant à coordonner et à conseiller d'autres acteurs. En outre, le Secrétariat fournira des messages généraux, mettant l'accent sur les principaux buts décrits dans cette stratégie, et il fournira aux Parties et à d'autres parties prenantes un appui pour l'exécution du plan, sous la forme d'une coordination par le truchement de groupes de travail sur les communications, y compris notamment les fonctionnaires régionaux de l'information du PNUE, les groupes de travail chargés des communications du Département de l'information des Nations Unies, et le groupe de travail chargé des communications du Groupe de liaison sur la biodiversité. Quelques possibilités clés d'accroître les efforts sont mentionnés ci-dessous.

64. **Institutions des Nations Unies.** Différents acteurs des Nations Unies jouent un rôle clé dans la mise en œuvre de la stratégie, non seulement en cherchant à relier leurs messages au programme de la diversité biologique dans le monde, mais aussi en identifiant les différentes façons dont le programme de la biodiversité peut fournir des messages et des contenus pour leurs activités. Des efforts additionnels devraient être faits pour mener des campagnes coordonnées sur la communication pour la biodiversité, comme par exemple :

a) Secrétaire général des Nations Unies : améliorer le profil de la Décennie des Nations Unies pour la diversité biologique et de la biodiversité comme le demande la résolution 65/161 de l'Assemblée générale et ce, partout dans le système des Nations Unies;

b) Département de l'information : fournir un appui de messagerie pour les activités en matière de biodiversité qui sont liées au Programme de développement durable à l'horizon 2030, et d'autres activités, y compris celles qui fournissent des liens avec les Centres d'information des Nations Unies (CINU) partout dans le monde;

c) UNESCO : fournir un appui en intégrant la biodiversité dans ses travaux sur l'Éducation au développement durable (EDD), ses travaux sur la biodiversité dans le secteur de la science et un appui en matière de communication;

d) PNUE : fournir un appui en mobilisant son Département de l'information et des communications, ainsi que son réseau de fonctionnaires régionaux de l'information à l'appui de la

communication en matière de biodiversité. Coordonner sur la communication pour le cadre décennal des programmes consacrés aux modes de consommation et de production durables ; trouver des moyens d'utiliser la Journée mondiale de l'environnement pour mettre en relief les questions liées à la biodiversité.

- e) PNUD : communiquer la façon dont la biodiversité est intégrée dans les travaux au niveau national;
- f) OMT : coordonner les activités pour transmettre des messages sur le tourisme durable;
- g) FAO : coordonner ses messages avec la Décennie des Nations Unies pour la diversité biologique, selon qu'il convient.

65. Les **Parties** à la Convention sur la diversité biologique seront les principaux moyens de communication des versions nationales de la messagerie mondiale. C'est pourquoi elles devront :

- a) Adapter les messages aux circonstances et aux publics nationaux;
- b) Organiser des événements et des activités à l'appui de cette stratégie de communication;
- c) Montrer l'état d'avancement de la mise en œuvre du Plan stratégique pour la diversité biologique à l'échelon national;
- d) Fournir des ressources pour des campagnes mondiales de communication;
- e) Assurer un suivi des niveaux de sensibilisation du public à la biodiversité et à ses valeurs;
- f) Ériger des passerelles de communication avec d'autres ministères qui ne sont pas directement liés à la biodiversité, notamment en incorporant et en incluant d'autres ministères dans les activités SPANB.

66. **ONG internationales.** Les ONG qui travaillent dans les domaines de la conservation de la nature, du développement durable et d'autres travaux environnementaux sont des partenaires clés. Elles chercheront à communiquer la pertinence de leurs travaux pour la mise en œuvre du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020 et à utiliser leurs travaux de communication à l'appui du Plan stratégique.

67. **Peuples autochtones et communautés locales.** Les peuples autochtones et les communautés locales sont un groupe clé pour la Convention en tant que gardiens des connaissances traditionnelles relatives à la conservation et à l'utilisation durable de la diversité biologique. Ils ont pour rôle de démontrer :

- a) La contribution des connaissances traditionnelles à la conservation et utilisation durable de la diversité biologique aux niveaux national et mondial;
- b) La contribution à la mise en œuvre du Plan stratégique pour la diversité biologique 2011-2020.

68. **Organisations nationales de la société civile.** Ces groupes ont un rôle à jouer dans l'application de la Convention au niveau national comme au niveau international. Ils devraient montrer leur soutien des travaux de la Convention et chercher à mobiliser l'appui du public.

69. **Les musées d'histoire naturelle, les zoos et les aquariums, et les jardins botaniques.** Ces groupes devraient continuer de développer leurs travaux de communication, y compris leurs activités de modification du comportement.

70. **Les jeunes** communiqueront leur rôle dans la conservation et l'utilisation durable de la diversité biologique, y compris par le truchement de mouvements de la jeunesse.

71. **Le monde des affaires** communiquera les moyens par lesquels il conserve et utilise de manière durable la biodiversité, y compris des nouveaux dossiers commerciaux et des initiatives de développement durable à l'appui de la biodiversité.

72. D'autres organisations et acteurs peuvent y être ajoutés à mesure qu'ils sont identifiés et commencent à prendre part au programme de la biodiversité.
