



Distr. : générale
23 septembre 2013

Français
Original : anglais



Programme des Nations Unies pour l'environnement

**Plénière de la Plateforme intergouvernementale
scientifique et politique sur la biodiversité et les services
écosystémiques**

Deuxième session

Antalya (Turquie), 9–14 décembre 2013

Point 7 a) de l'ordre du jour provisoire *

**Stratégies de communication et d'association des parties prenantes :
stratégie de communication et de sensibilisation**

Projet de stratégie de communication

Note du secrétariat

I. Généralités

1. Lors des précédentes réunions de la Plateforme il a été admis que la réussite de la Plateforme, s'agissant de la consolidation de l'interface science-politique, dépendait dans une large mesure de ses activités en matière de communication. Cela pose un défi particulier en raison de la complexité de la Plateforme proprement dite et des questions scientifiques et politiques qu'elle traite et de la nécessité d'ouvrir une concertation sur ces questions avec de nombreuses parties prenantes à différentes échelles.

2. Jusqu'ici, les activités conjointes en matière de communication concernant la Plateforme ont été entreprises par le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) en coordination avec l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD). Les organismes des Nations Unies ont également contribué à titre individuel aux efforts dans ce domaine. Des instruments essentiels sont maintenant en place pour agir de concert avec toutes les cibles de la Plateforme, ces outils ayant contribué à susciter l'intérêt d'un public au fait de la Plateforme. Le suivi de la couverture de la Plateforme par les médias montre qu'il est raisonnablement satisfaisant mais qu'au moment où ses activités débutent, il importe au plus haut point qu'une solide stratégie de communication soit conçue afin que dès l'abord la Plateforme dispose d'un capital confiance satisfaisant et que les effets de toute crise à venir en matière de communication soient atténués. Il est également vital de mieux évaluer les besoins actuels en matière de communication et les attentes de tous les groupes de parties prenantes présentant un grand intérêt pour la Plateforme afin que son succès soit garanti et qu'elle soit rentable.

* IPBES/2/1.

3. Conscient du fait qu'il est indispensable d'adopter une solide stratégie de communication au moment où la Plateforme entreprend ses travaux, le Bureau, à sa première réunion à Bergen (Norvège), en juin 2013, a convenu de créer un sous-comité chargé de la communication présidé par l'un des vice-présidents dans le but de faire progresser l'élaboration d'une stratégie de communication.
4. Les principes, orientations et cadre prévus en matière de communications pour la Plateforme (voir section 2) ont donc été actualisés à partir du projet de stratégie de communication prévu pour le début de l'Instrument et son premier programme de travail qui a été présenté dans un document d'information (UNEP/IPBES.MI/2/INF/4) à la réunion de Panama en 2012. Ce document a pour objet de définir le cadre de la Plateforme en matière de communication, et notamment les principes et orientations devant régir l'ensemble des communications, constituant ainsi un document fondateur pour toutes les stratégies à venir devant servir de base lorsque l'on entreprendra d'informer les partenaires et contractants potentiels (UNEP/IPBES.MI/2/INF/4).
5. On propose également à la section II. G du présent document la démarche visant à l'élaboration de la première stratégie de communication de la Plateforme qui devrait prévoir une évaluation des besoins, une consultation ayant pour objet d'exploiter les meilleures pratiques ainsi que l'identification des partenaires extérieurs potentiels ou des partenaires stratégiques dans le but de définir la première stratégie de communication de la Plateforme. La stratégie sera conçue pour appuyer le programme de travail convenu par les membres de la Plateforme à leur deuxième réunion, sera conforme à la stratégie d'association des parties prenantes et répondra aux besoins en matière de partenariat stratégique éventuel dans le domaine des communications. Il est également nécessaire que la Plateforme adopte son logo qui figure à l'annexe III.
6. À la section II. G plus bas figure également le budget d'ensemble annuel proposé aux fins de mise en œuvre de la stratégie.
7. Pour l'essentiel, le présent document a été examiné par les membres du Bureau à sa deuxième réunion tenue au Cap, le 31 août et le 1^{er} septembre 2013. Les observations reçues durant cette réunion ont été incorporées au document avant l'établissement de sa version finale et sa présentation aux membres de la Plateforme à leur deuxième réunion.
8. Il conviendrait d'examiner le projet de stratégie de communication en tenant également compte du projet de stratégie d'association des parties prenantes aux fins de mise en œuvre du programme de travail de la Plateforme (IPBES/2/13) et du projet d'orientation concernant l'élaboration de partenariats stratégiques (IPBES/2/14).

II. Principes, orientations et cadre régissant les communications de la Plateforme

A. Introduction

9. Le succès de la Plateforme dépendra dans une large mesure de ses activités en matière de communication qui garantiront un appui général à la Plateforme proprement dite, la participation des parties prenantes intéressées à ses travaux et la plus grande diffusion possible de ses produits, lesquels appuieront les efforts en matière de mobilisation des ressources.
10. Cela soulève une difficulté particulière étant donné la complexité de la Plateforme et des questions politiques et scientifiques qu'elle traite et la nécessité d'engager une concertation sur ces questions avec de nombreuses parties prenantes à diverses échelles.
11. Au moment où les activités de la Plateforme débutent, il importe au plus haut point de concevoir une solide stratégie de communication afin de créer en son sein un véritable climat de confiance auquel adhèrera le plus grand nombre possible d'intéressés, et de prévenir toute crise en matière de communication et, le cas échéant, d'en atténuer les effets. Il est également crucial de veiller à bien évaluer les besoins réels en matière de communication ainsi que les attentes de tous les groupes de parties prenantes présentant un grand intérêt pour la Plateforme de façon à ce qu'elle réussisse et soit rentable.
12. La communication de la Plateforme devrait :
 - a) Être conforme à son mode de fonctionnement et à ses arrangements institutionnels;
 - b) Être novatrice;

c) Mettre à profit les meilleures pratiques et les enseignements tirés par d'autres organisations et initiatives, y compris celles n'appartenant pas au système des Nations Unies œuvrant dans le domaine de l'humanitaire et du développement.

13. Les travaux de la Plateforme en matière de communication devraient être convenablement financés et il devrait être permis d'obtenir un appui de spécialistes de la communication et des médias extérieurs.

14. La présente note est établie pour fixer les principes, orientations et cadre devant régir les communications de la Plateforme et orienter l'élaboration de stratégies de communication de nature à appuyer les travaux de la Plateforme à leurs différents stades et la mise à disposition des programmes de travail successifs.

B. Objectifs de la Plateforme en matière de communication

15. Les principaux objectifs de la stratégie sont les suivants :

- a) La Plateforme met à profit et valorise les efforts entrepris pour que la biodiversité et les services écosystémiques soient considérés comme des éléments essentiels du bien être humain et du développement durable, et met en particulier l'accent sur les pays en développement et les pays à économie en transition et le grand public du monde entier;
- b) Toute les parties prenantes intéressées, dont les médias et le grand public, perçoivent et considèrent la Plateforme comme le moyen de valoriser les travaux déjà entrepris dans le domaine de la biodiversité et des services écosystémiques pour aider à l'élaboration des politiques;
- c) La Plateforme est considéré comme un outil crédible, utile, indépendant et légitime qui fournit un savoir utile (mais non pas prescriptif) à l'élaboration des politiques et qui développe les moyens de renforcer l'utilisation de la biodiversité et des services écosystémiques et des connaissances aux fins de la prise de décision;
- d) Les possibilités offertes aux parties prenantes intéressées pour qu'elles participent pleinement à la Plateforme sont largement diffusées de façon à contribuer à ses travaux et avoir un impact dans le but d'appuyer la stratégie d'association des parties prenantes;
- e) Des outils sont fournis pour appuyer le fonctionnement de la Plateforme dans son ensemble ainsi que les activités de ses différents organes et leur coordination.

C. Principales cibles

16. La Plateforme intéressera une grande variété de parties prenantes œuvrant dans les domaines de la préservation de la biodiversité et de la gestion et du développement des ressources naturelles, à tous les niveaux. On compte que ces parties prenantes contribueront à la Plateforme et en seront les utilisateurs.

17. La stratégie d'association à la Plateforme des parties prenantes aide à la définition de ces parties et permet de dégager la définition ci-après dans le cadre de la mise en œuvre du programme de travail. Les parties prenantes sont des institutions, des organisations ou des groupes pouvant :

- a) Contribuer aux activités prévues par le programme de travail grâce à leur expérience, leurs connaissances spécialisées, leur savoir, leurs données et informations;
- b) Bénéficier dès le début du programme de travail;
- c) Encourager, faciliter et appuyer la participation de particuliers s'intéressant aux activités de la Plateforme.

18. À l'annexe I à la présente note figure la liste actuelle du type d'intervenants qui devraient participer à la Plateforme conformément à la stratégie d'association des parties prenantes.

19. Compte tenu des activités de la Plateforme en matière de communication, et notamment lorsqu'on conçoit des activités précises, la définition des parties prenantes devrait :

- a) Être étendue à tous ceux qui jouent un rôle dans le processus de prise de décision de la Plateforme;
- b) Établir une distinction entre le grand public en général, qui cherche à obtenir des informations auprès de la Plateforme, d'une part, et, d'autre part, les cibles familiarisées avec son fonctionnement qui sont plus étroitement associées aux activités de la Plateforme ou qui devraient davantage être associées à ses processus et produits;

c) Englober le grand public et les médias en qualité de cibles spécifiques bien définies aux fins des communications de la Plateforme.

20. La liste ci-après de parties prenantes peut aussi servir de fondement à la définition des cibles de la Plateforme

1. Premières cibles

a) Les décideurs œuvrant dans le domaine de la biodiversité et des services écosystémiques à tous les niveaux;

b) Les ministres de l'environnement, de l'énergie, de l'industrie, de la planification, des finances, des affaires étrangères, de l'agriculture, etc., intervenant à tous les niveaux, du niveau local au niveau international, en qualité de négociateurs lors des réunions plénières de la Plateforme;

c) Les accords multilatéraux sur l'environnement intéressés et ceux qui leurs sont associés – secrétariats et présidents des organes scientifiques consultatifs : la Convention sur la diversité biologique, la Convention relative aux zones humides d'importance internationale particulièrement comme habitats des oiseaux d'eau (Convention Ramsar), la Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction (CITES), la Convention sur la conservation des espèces migratrices appartenant à la faune sauvage, la Convention de Nations Unies sur la lutte contre la désertification dans les pays gravement touchés par la sécheresse et/ou la désertification, en particulier en Afrique, la Convention concernant le patrimoine mondial, culturel et naturel et le Traité international sur les ressources phylogénétiques pour l'alimentation et l'agriculture;

d) Les organismes des Nations Unies s'intéressant à la biodiversité et aux services écosystémiques tels que le PNUE, la FAO, le PNUD ainsi que d'autres; et les entités qui s'emploient à dégager les liens entre les services écosystémiques, le bien être humain et le développement;

e) Les organisations scientifiques internationales et régionales œuvrant dans le domaine de la biodiversité et des services écosystémiques;

f) D'autres parties prenantes intéressées participant à la gestion des ressources naturelles, y compris des organisations non gouvernementales et intergouvernementales, la communauté scientifique, le public et le secteur privé engagé dans la production, les populations autochtones, les communautés locales ainsi que d'autres.

2. Deuxièmes cibles

a) Les donateurs potentiels;

b) Les médias;

c) Le grand public, y compris les jeunes et les femmes.

21. Enfin, il faudra se servir des groupements à géométrie variable constitués par exemple d'une association entre le grand public en général et ceux qui se sont familiarisés avec le fonctionnement de la Plateforme, ou encore l'association de divers acteurs en fonction de leur participation aux travaux de la Plateforme. Les groupements seront définis en fonction d'objectifs précis en matière de communication et de messages expressément conçus à des fins déterminées (voir section D plus bas). Ainsi :

a) Le même message à caractère général concernant le rôle de la Plateforme et la valeur ajoutée qu'elle produit peut être destiné à toutes les catégories de parties prenantes qui ne sont pas au fait du fonctionnement de la Plateforme;

b) Lorsqu'il s'agira de la participation d'experts scientifiques aux évaluations de la Plateforme, des messages spécifiques ciblant la communauté scientifique à des niveaux déterminés seront conçus;

c) Lorsqu'il s'agira d'un échange d'informations sur les réunions à venir de la plénière, ce sont les négociateurs des gouvernements et les observateurs, indépendamment du type d'organisation qu'ils représentent, qui seront plus précisément visés.

22. Les groupements et les messages seront également précisés à la lumière des débats sur la participation des parties prenantes à l'analyse des besoins envisagés, notamment l'analyse des échelles auxquelles les groupements interviennent, la question des langues, etc.

D. Principaux messages

23. Des messages explicites au libellé s'inspirant de ce qui suit seront conçus aux fins de mise en œuvre de la stratégie de la Plateforme en matière de communication :

- a) Expliquer, en mettant à profit ce qui existe déjà dans le domaine public et en s'employant à nouer des partenariats avec d'autres organismes et initiatives, ce que sont la biodiversité et les services écosystémiques, pourquoi ils sont importants pour le bien être humain, les menaces pesant sur eux ainsi que le rôle que jouent la science et les politiques dans la compréhension et la gestion de ces mesures, et comment une interface science-politique améliorée pourrait être utile;
- b) Pourquoi la Plateforme a été créée, comment elle permet de valoriser l'ensemble des initiatives en matière de biodiversité et de services écosystémiques et comment elle pourrait appuyer les décisions visant à traiter la question de la perte de biodiversité et de la dégradation des services écosystémiques;
- c) Les principaux messages concernant le programme de travail de la Plateforme indiqueront comment celle-ci fonctionne (quelles sont ses quatre fonctions, son approche globale, sa gouvernance et les attributions de ses organes spécifiques), et quels sont ses principes sous-jacents;
- d) Comment diverses parties prenantes peuvent participer aux travaux de la Plateforme et apprendre davantage à son sujet et comment elles peuvent participer au niveau de la prise de décision, contribuer à son programme de travail, etc.;
- e) Comment les diverses parties prenantes peuvent bénéficier des activités de la Plateforme (en matière de renforcement des capacités, de mise en réseau des possibilités et d'apprentissage par exemple);
- f) S'agissant d'une plus grande sensibilisation aux principaux produits de la Plateforme, grâce à une approche ciblant des publics déterminés, indiquer ce que sont ces produits, comment ils sont conçus (sans omettre de souligner les incertitudes entachant les informations scientifiques), ainsi que les principales conclusions auxquelles ils ont permis d'aboutir, comment les utiliser et comment faire en sorte que les parties intéressées puissent avoir aisément accès aux produits et les comprendre, en se souciant par exemple de la présentation, de la teneur, de la langue et du ton, etc.;
- g) Pour que la participation aux réunions de la Plénière ainsi qu'à d'autres réunions et à leurs préparatifs ne soulèvent aucune difficulté, veiller à partager les informations utiles (sur les lieux et dates des réunions, la documentation à présenter, la logistique, etc.).

E. Principes à suivre aux fins de la stratégie de la Plateforme en matière de communication et de conception des activités

24. Du fait de la nature de la Plateforme et de l'expérience d'autres initiatives pertinentes, il convient de souligner l'importance que revêtiront vraisemblablement les principes ci-après s'agissant de la communication des informations sur les travaux de la Plateforme :

- a) L'approche et les activités de la Plateforme en matière de communication seront en permanence conformes à ses principes et dispositions institutionnelles concernant son fonctionnement;
- b) La stratégie en matière de communication devrait être novatrice et s'inspirer des meilleures pratiques d'autres organisations et initiatives ainsi que des enseignements qu'elles ont tirés de leurs activités, y compris celles qui n'appartiennent pas au système des Nations Unies et qui œuvrent dans les domaines de l'humanitaire et du développement;
- c) La stratégie devrait mettre l'accent sur la transparence et permettre d'apporter des réponses rapides et éprouvées aux nouvelles questions qui se posent en matière de communication et qui intéressent les parties prenantes;
- d) Les activités devraient être opportunes et appropriées lorsque les informations sont dans le domaine public mais devraient aussi permettre de réagir rapidement aux questions et critiques;
- e) Il sera de la plus haute importance pour la reconnaissance de l'indépendance, de la légitimité et de la crédibilité de la Plateforme, qu'il soit convenablement fait état des incertitudes scientifiques. S'agissant d'évaluations, on y parviendra en veillant à ce que la totalité des vues exprimées et la langue dans laquelle les conclusions scientifiques sont énoncées soient convenablement rendues, ou en expliquant les démarches et méthodes ayant présidé à la conduite des évaluations mondiales et régionales. En fait, la Plateforme devrait définir un cadre dans lequel inscrire l'interprétation de ses rapports propre à garantir que les différents publics n'aient aucune information

déformée à son sujet. En ce qui concerne les outils ayant pour objet d'appuyer les politiques, il conviendrait aussi d'indiquer clairement la méthode utilisée pour les concevoir et la limite des modèles;

- f) Les informations échangées devraient l'être dans le but d'être utiles aux politiques mais en veillant à ce qu'elles n'aient aucun caractère prescriptif. L'une des qualités essentielles des travaux de la Plateforme tient au fait que les messages et rapports devraient être neutres et équilibrés sur le plan scientifique;
- g) Lorsque cela est possible et approprié, les activités en matière de communication devraient mettre à profit les initiatives préexistantes dans différents domaines pertinents et les renforcer;
- h) Les activités devraient appuyer la stratégie d'association des parties prenantes aux fins de mise œuvre du programme de travail et d'un plus grand engagement de ces parties à l'ensemble des activités de la Plateforme;
- i) L'accent devrait être expressément mis sur l'utilisation de différentes langues et sur l'échelle des activités afin de communiquer avec la totalité des parties prenantes de la Plateforme;
- j) Les activités de la Plateforme en matière de communication devraient être intégrées et ciblées;
- k) La Plateforme doit envisager de recourir à des partenaires stratégiques;
- l) Au titre de ses activités de communication, la Plateforme devrait pouvoir recourir à des contributions de spécialistes des communications et des médias extérieurs.

F. Dispositif de mise en œuvre

25. Il conviendrait de bien définir les rôles et les responsabilités en ce qui concerne la conception et la mise en œuvre des stratégies et plans de mise en œuvre successifs de la Plateforme dans le domaine de la communication à l'aide des orientations et du cadre indiqués ici.
26. Ce faisant, il serait bon de se pencher sur le rôle des organes ou groupes ci-après :
- a) La Plénière, qui est l'organe de la Plateforme qui prend les décisions et devrait à ce titre adopter un cadre et des orientations pour l'élaboration des stratégies de ses stratégies en matière de communication;
 - b) Le Bureau, qui agira conformément à des fonctions convenues;
 - c) Le Groupe d'experts multidisciplinaires, qui agira conformément à des fonctions convenues;
 - d) Le secrétariat, et en particulier le Secrétaire exécutif qui est appuyé par un responsable de la communication et du programme d'association des parties prenantes dévoué ainsi que par un assistant de programme;
 - e) Les principaux représentants d'autres organes de la Plateforme, tels que le Président d'un groupe de travail, s'il était créé; les principaux auteurs des rapports scientifiques; et les correspondants nationaux qui peuvent prendre part aux activités dans le domaine de la communication et s'exprimer au nom de la Plateforme s'il leur est demandé de le faire dans des conditions convenues par la Plénière.
27. Il conviendrait de concevoir des procédures claires en matière de coordination (entre les divers organes de la Plateforme), d'établissement des rapports et de prise des décisions s'agissant des questions de communication (y compris lorsqu'il est nécessaire de répondre rapidement à des demandes pressantes). Un règlement intérieur pourrait être conçu à cet effet qui définirait aussi clairement les rôles et les responsabilités propres à toutes les parties prenantes.
28. Il serait bon d'élaborer des directives indiquant à qui il appartient de prendre la parole au nom de la Plateforme dans différentes situations comme par exemple lorsqu'il s'agit de dresser la liste des personnes autorisées que le Bureau ou la Plénière auraient adoptée. Des instructions comportant régulièrement des messages importants devraient être mises à disposition pour appuyer leurs travaux;

G. Activités ayant pour objet l'élaboration des stratégies successives de la Plateforme en matière de communication et des plans de mise en œuvre

29. La présente note a pour objet de proposer des principes, des directives et le cadre régissant les communications de la Plateforme et d'orienter l'élaboration des stratégies de communication pour appuyer les travaux de la Plateforme au cours de son évolution et de l'exécution de ses programmes de travail successifs.

30. Il est proposé la procédure ci-après pour l'élaboration de la première stratégie après que la Plénière aura convenu du cadre et des directives devant régir ses communications ainsi que du budget concernant ses activités en la matière :

- a) Il est procédé à l'analyse des besoins de toutes principales cibles de la Plateforme;
- b) Il est fait une analyse rapide des initiatives en cours en matière de communication sur lesquelles la Plateforme pourrait s'appuyer, qu'elle pourrait consolider et parfaire ;
- c) Le secrétariat pourrait se voir confier la rédaction d'une stratégie sous la supervision du Bureau et la direction du Groupe d'experts multidisciplinaires concernant la communication dans le domaine scientifique et la collaboration avec les communautés de scientifique et de techniciens;
- d) Ce faisant, il conviendrait de prêter une attention particulière à l'exploitation des compétences des partenaires stratégiques et de prévoir, pour mener à bien les activités, de recourir à des organismes externes en matière de communication ou à des spécialistes des médias;
- e) Il conviendrait de faciliter la démarche consistant à recueillir les meilleures pratiques d'autres organisations ou initiatives et les enseignements qu'elles en ont tirés, y compris des organisations n'appartenant pas au système des Nations Unies et œuvrant dans l'humanitaire et le développement. Il serait bon d'inviter des organisations compétentes à apporter leurs contributions à l'élaboration du projet de stratégie.

31. Cette activité pourrait être appuyée par l'Annexe II qui énonce une gamme étendue d'activités à titre indicatif qui pourraient être entreprises au titre de cette stratégie.

H. Suivi et évaluation

32. Il conviendrait de mettre en place un système, simple mais néanmoins efficace, de suivi et d'évaluation des activités en matière de communication de la Plateforme. Ce suivi et cette évaluation devraient comporter une évaluation de l'efficacité et de l'efficience de la stratégie au niveau des principales cibles.

Montant maximum indicatif du budget annuel pour l'ensemble des activités de la Plateforme en matière de communication

(en dollars des États-Unis)

<i>Objet de dépense</i>	<i>Observations</i>	<i>Budget annuel</i>
Internet et appui aux médias sociaux	Accueil, gestion technique, entretien et appui à la gestion des contenus	45 000
Appui audiovisuel	Interviews, annonces des services publics, lever de rideaux, photographies, clips, dans les langues appropriées	160 000
Appui des médias	Pour l'organisation d'événements médiatiques, la conception de dossiers et de pochettes médiatiques, des conférences de presse, etc.	70 000
Impression de documents de communication et de sensibilisation, à l'exclusion des rapports et documents officiels	Impression de dépliants, de bannières, d'affiches, de fiches d'information dans les six langues de l'Organisation des Nations Unies, le cas échéant	90 000
Total		365 000

Annexe I

Liste des types d'intervenants qui pourraient participer à la Plateforme conformément au projet de stratégie d'association des parties prenantes

1. L'éventail des parties prenantes aidant à la mise en œuvre du programme de travail pourrait englober, sans y être limité, les catégories suivantes :
 - a) Communautés d'établissements d'enseignement universitaire;
 - b) Entreprises et industries (y compris les petites et moyennes entreprises, les investisseurs, les organismes financiers et commerciaux);
 - c) Organisations de consommateurs;
 - d) Fondations et fonds fiduciaires;
 - e) Fonctionnaires et organismes et organisations œuvrant dans des domaines tels que l'environnement, le développement, la planification, l'investissement et la finance, la santé, l'agriculture, etc.;
 - f) Organisations humanitaires et organismes s'intéressant au développement (dans des domaines tels que la justice sociale, l'équité);
 - g) Populations et communautés autochtones;
 - h) Organisations intergouvernementales œuvrant dans des domaines pertinents;
 - i) Propriétaires terriens;
 - j) Autorités locales;
 - k) Communautés locales;
 - l) Médias et organes de communication (telles que médias de masse, médias sociaux, traducteurs s'intéressant à différentes cibles);
 - m) Accords multilatéraux sur l'environnement;
 - n) Organisations non gouvernementales œuvrant dans des domaines apparentés;
 - o) Réseaux et secrétariats d'initiatives apparentées telles que le Sub-Global Assessment Network;
 - p) Organisations à but non lucratif œuvrant dans des domaines apparentés;
 - q) Organisation s'intéressant à l'agriculture, à l'aquaculture, aux pêches (agriculteurs, pêcheurs, pasteurs, exploitants forestiers);
 - r) Communautés scientifiques et technologiques;
 - s) Organismes ou programmes des Nations Unies;
 - t) Femmes;
 - u) Travailleurs et syndicats;
 - v) Jeunes et enfants.
2. D'autres critères pourraient aussi être pris en considération :
 - a) L'échelle à laquelle les intervenants s'occupent de la biodiversité et des questions concernant les écosystèmes;
 - b) La langue qu'ils utilisent.

Annexe II

Liste des activités qui pourraient être menées à bien au titre de la stratégie de la Plateforme en matière de communication

1. Il s'agit d'une liste indicative des activités qui pourraient être menées à bien pour mettre en œuvre les stratégies de la Plateforme en matière de communication qui seraient conçues pour appuyer ses travaux. Tous les éléments constituant la communication seront intégrés de façon à créer des synergies.
2. Pour atteindre un large public, les principaux éléments constitutifs de la communication seront mis à disposition dans les six langues officielles de l'Organisation des Nations Unies ainsi que dans toutes langues supplémentaire en cas de besoin comme cela est précisé plus bas. On prêtera également attention à la présentation, au vocabulaire et au ton utilisés, à l'accessibilité, etc.
3. Il faudra également créer des partenariats avec les principales institutions et réseaux au titre de la stratégie d'association des parties prenantes afin de s'assurer que les informations et les produits concernant la Plateforme sont mis à la disposition de cibles appropriées et que des informations en retour puissent être reçues par la Plateforme, outre la création d'un système officiel propre à assurer la participation des parties prenantes à la Plénière.

A. Label

4. Une politique en matière de graphisme ainsi que des normes de désignation seront mises au point pour la Plateforme. On indiquera comment utiliser les logos des partenaires du système des Nations Unies en relation avec le logo de la Plateforme, et conformément à la décision qui sera prise s'agissant des dispositions définissant le partenariat instituant une collaboration avec la Plateforme.
5. On pourrait débattre de la nécessité d'un nouveau label et de la conception d'un nouveau logo.

B. Services en ligne

1. Site internet de la Plateforme

6. La structure, les fonctions et la teneur du site web pourraient évoluer en fonction des activités de la Plateforme et de ses besoins en matière de communication. L'évolution aidant, le site devrait insister davantage sur l'exécution du programme de travail de la Plateforme et les possibilités de contribuer à ce programme ainsi que sur les produits de la Plateforme, notamment en procédant comme suit :
 - a) Le site devrait offrir des liens avec les outils en ligne créés par la Plateforme tels qu'un catalogue évolutif des évaluations, une plateforme sur laquelle présenter les évaluations locales et nationales aux fins d'examen par des pairs, un système intranet donnant accès aux données au titre des activités de la Plateforme en matière de renforcement des capacités, etc.;
 - b) Le site pourrait aussi appuyer l'apprentissage par des moyens électroniques, à l'aide d'outils multimédias tels que les CD-ROM et l'information sur YouTube, comme cela est indiqué plus bas;
 - c) Pour mieux atteindre le grand public et les médias, davantage d'informations pourraient être fournies sur les caractéristiques essentielles de la biodiversité et des services écosystémiques et leurs liens avec le bien être humain, au moyen d'articles, de fiches descriptives, de clips courts, d'articles mensuels et d'interviews d'experts, et sur les faits saillants du mois ainsi que d'autres nouvelles;
 - d) Le site devrait aussi offrir un espace de collaboration afin d'appuyer les travaux de divers groupes chapeautés par la Plateforme;
 - e) Le site devrait permettre aux parties prenantes d'échanger leurs vues et analyses sur la Plateforme (colloques, opinions, interviews sur vidéo, articles, liens vers d'autres sites, etc.);
 - f) Il conviendrait de mettre à disposition une page réservée aux abonnements aux bulletins ainsi qu'une liste des parties prenantes associées à la Plateforme;
 - g) Une pochette d'informations destinée aux médias devrait également être mise à disposition sur le site;

h) Il conviendrait de veiller à faciliter l'accès au site, le téléchargement et l'impression afin qu'il soit aisé d'échanger des informations avec les personnes vivant dans des localités où les connexions internet sont lentes;

i) On mettra expressément l'accent sur la communication des activités de la Plateforme à différents échelles (par exemple en publiant et en tenant à jour la liste des activités entreprises à des niveaux déterminés).

2. Bulletin

7. La base de données de gestion des contacts du bulletin de la Plateforme devrait être actualisée en permanence et le bulletin adressé régulièrement en fonction des analyses des besoins.

3. Page Wikipédia

8. La page Wikipédia de la Plateforme devrait être actualisée régulièrement.

4. Courriel

9. L'adresse électronique du secrétariat sera le principal moyen de le contacter.

5. Réseaux sociaux

10. Il conviendrait d'encourager le plus possible le recours aux réseaux sociaux pour appuyer les communications de la Plateforme en raison de leur rentabilité.

11. La Plateforme devrait disposer d'un compte Twitter pour appuyer les efforts de sensibilisation; une page Facebook pourrait être créée pour toucher un plus grand public et YouTube pourrait être utilisé pour afficher la production audiovisuelle concernant la Plateforme qui pourrait être alors intégrée sur le site internet, production qui pourrait aussi consister en documents utiles d'autres initiatives et faire office de plateforme pour le renforcement des capacités au moyen de stages en ligne de courte durée portant sur l'évaluation, la présentation d'autres produits de la Plateforme, etc.

6. Exposés

12. Des exposés spécialisés attrayants seront conçus pour mieux sensibiliser à la Plateforme et en favoriser la compréhension, exposés que pourront utiliser tous ceux qui seront appelés à représenter la Plateforme lors d'évènements externes :

a) Leur présentation et leur tonalité seront adaptées à tout changement de label;

b) Ils devraient être mis à disposition dans des langues pertinentes;

c) Une note d'information comportant les principaux messages devrait être établie à l'intention des présentateurs des exposés

7. Diffusion de la documentation

13. La documentation imprimée de la Plateforme sera établie en fonction de la stratégie en prenant en compte l'évaluation des besoins afin d'accroître la visibilité de la Plateforme et mieux en comprendre la finalité et les objectifs; il s'agira :

a) Des éléments qu'il est proposé de diffuser : placards, affiches et brochures;

b) Des versions des fiches descriptives établies dans un langage simplifié devraient également être produites dans les langues pertinentes;

c) Des fiches descriptives devraient être conçues à l'intention de publics déterminés (y compris une fiche à caractère général indiquant ce qu'est la Plateforme, ce qu'elle fait et les grands principes sous-tendant son activité; comment ses produits destinés au grand public sont élaborés, quelles sont les avantages découlant de l'adhésion à la Plateforme en tant que partie prenante; d'autres fiches descriptives expressément destinées à diverses parties prenantes devraient aussi être produites);

d) Des messages et documents essentiels pourraient aussi être conçus et diffusés auprès de partenaires, d'institutions apparentées et des médias afin de veiller à la cohérence des messages et des informations;

e) Des CD-ROM multimédias visant des cibles déterminées, dont des évaluateurs, offrant des outils, des méthodes et des moyens propres à renforcer les capacités, ou destinés aux décideurs, et exposant les produits de la Plateforme mis à leur disposition, des outils pour la prise de décision, etc.;

f) Tous ces éléments devraient être mis à disposition sous une forme numérique de façon à pouvoir les télécharger à partir du site internet en vue de leur plus ample diffusion.

8. Produits promotionnels

14. Des produits promotionnels au nom de la Plateforme pourraient être conçus à l'intention des représentants assistant aux réunions (calepins, stylos, clés USB, etc.) et pourraient être distribués à un plus grand public lors d'événements ciblés (porte-clés, tee-shirts, badges et sacs, par exemple).

9. Produits de la Plateforme

15. Les produits de la Plateforme (rapports d'évaluation, documents sur les outils d'aide à l'élaboration des politiques, cadre commun régissant les évaluations) porteront sa marque, seront formatés et mis à disposition sur le site internet de façon à être aisément téléchargés dans les langues choisies.

16. Un nombre limité de produits seront également mis à disposition sous forme imprimée afin de toucher le plus grand public possible. Leur présentation, langue et tonalité devraient être adaptées aux cibles visées (un long rapport d'évaluation pourrait être accompagné d'un résumé analytique à l'intention des décideurs, d'une brochure à l'intention du grand public, ainsi que d'autres éléments).

10. Matériel audiovisuel

17. En lever de rideau, à l'occasion de réunions de la Plénière, divers exposés sur la Plateforme pourraient être faits. De plus, pour favoriser la diffusion du message auprès d'un plus large public grâce aux médias et au site internet de la Plateforme, des annonces destinées aux services publics et des entrevues moins élaborés avec d'importantes parties prenantes de la Plateforme pourraient être prévues (dans les langues pertinentes et en veillant à ce que leur portée géographique soit étendue).

18. Deux courts clips vidéo sur la biodiversité et les services écosystémiques ainsi que leurs liens avec le bien être humain pourraient être diffusés pour informer le grand public, y compris les jeunes; par ailleurs, les clips déjà conçus par d'autres initiatives pourraient être utilisés et présentés lors d'événements externes avec l'autorisation de leurs propriétaires. Parallèlement, des clips courts sur les activités de la Plateforme (telles que les ateliers consacrés au renforcement des capacités ou des travaux en matière d'évaluation) pourraient aussi être produits afin de montrer à l'aide d'exemples réels ce que fait la Plateforme et comment elle le fait.

11. Manifestations et sensibilisation

19. Les manifestations organisées par la Plateforme seront annoncées; il y aura également un calendrier des événements à l'occasion desquels les messages de la Plateforme seront diffusés et la participation des parties prenantes sollicitée. Les parties prenantes et les organisations intéressées pourraient être invitées à inscrire leurs prestations sur ce calendrier.

20. À l'occasion de ces événements, des notes d'information, des diapositives numériques et du matériel audiovisuel et autre pourraient être utilisés aux fins de diffusion et de promotion. Les parties prenantes seront invitées à proposer des idées afin de favoriser l'inscription de ces événements sur le calendrier au moyen du site internet. Des événements spéciaux devraient être organisés pour lancer les principaux produits de la Plateforme et présenter les mesures potentielles en matière de formation. Compte tenu de ce contexte, le calendrier des événements concernant la Plateforme devrait être diffusé sur les réseaux des partenaires comme cela est déjà fait au moyen des mises à jour sur la biodiversité de l'Institut international du développement durable (IIDD).

21. Une cabine publicitaire mobile (qui serait dotée d'un téléviseur pour projeter du matériel audiovisuel et d'un présentoir de matériel imprimé) pourrait être conçue afin d'accroître la visibilité de la Plateforme à l'occasion d'événements extérieurs, tels que les réunions des accords multilatéraux sur l'environnement concernant la biodiversité. Il conviendrait de s'employer à faire en sorte que la Plénière et d'autres réunions pertinentes soient couvertes par le IIDD ou des organismes similaires. En outre, des manifestations parallèles devraient être organisées à l'occasion des réunions de la Plateforme à l'intention des parties prenantes aux fins d'échanges avec les participants à la Plénière et de présentation ou d'examen de sujets présentant un intérêt.

12. Activités concernant les médias

22. Il conviendrait d'organiser des séances d'information des médias en prenant en compte la diffusion régionale et en utilisant des langues appropriées. À cette fin, des pochettes destinées aux médias devraient être conçues dans un certain nombre de langues et des communiqués de presse rédigés dans diverses langues dans le but d'échanger des informations sur les principales activités et les principaux produits de la Plateforme. Lorsque le besoin s'en fait sentir, des conférences de presse devraient être organisées pour échanger des informations sur les principaux produits et activités.

23. Les annonces destinées aux services publics et les prestations télévisées des principales parties prenantes devraient faire l'objet de la plus grande diffusion possible afin de s'assurer que le plus grand public possible est atteint. Il conviendrait de produire régulièrement des articles destinés à des publications portant sur des questions politiques et scientifiques, produites par des organismes non gouvernementaux et visant la jeunesse, ainsi qu'à la presse grand public et aux bulletins en ligne afin d'atteindre tous les publics intéressés.

Annexe III

Logo

Le logo ci-après a été conçu pour la Plateforme :



Le logo et le slogan : « Science and Policy for People and Nature » (La science et la politique au service de l'homme et de la nature) doivent être apposés sur tous les documents et supports de communication officiels de la Plateforme. Le logo peut être utilisé avec ou sans le slogan sur un fond bleu foncé ou blanc, selon qu'il conviendra. Une procédure détaillée pour l'utilisation du logo et des normes générales en matière de graphisme et de désignation sera conçue aux fins de la Plateforme.
