



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

Distr. : générale
3 novembre 2014

Français
Original : anglais

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

Troisième session

Bonn (Allemagne), 12-17 janvier 2015

Point 8 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 et de sensibilisation :
produit 4 d)**

Note du secrétariat

I. Introduction

1. La présente note reprend les principes et orientations énoncés dans le projet de stratégie de communication et de sensibilisation présenté lors de la deuxième session de la Plénière (IPBES/2/12), qui a pour objet de définir le cadre de communication de la Plateforme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques et de constituer un document fondateur pour l'ensemble des stratégies de communication à venir.

2. À la suite d'une première discussion au cours de sa deuxième session, la Plénière, dans sa décision IPBES-2/9, a demandé au secrétariat, sous la supervision du Bureau et en coopération avec le Groupe d'experts multidisciplinaire, de préparer un projet de stratégie de communication et de sensibilisation qui sera examiné par la Plénière lors de sa troisième session. La présente note a été rédigée en réponse à cette demande. Dans la décision IPBES-2/9, la Plénière a en outre demandé au secrétariat, après consultation du Bureau, d'élaborer et de mettre en œuvre une politique relative à l'utilisation du logo de la Plateforme (voir IPBES/3/INF/9).

II. Généralités

3. L'objectif de toutes les activités de communication sera de permettre à la Plateforme d'être considérée comme un outil crédible, utile, indépendant et légitime, qui fournit un savoir utile (mais sans caractère prescriptif) à l'élaboration des politiques et qui développe les moyens de renforcer l'utilisation des connaissances relatives à la biodiversité et aux services écosystémiques dans la prise de décision.

4. Plus précisément, les activités de communication viseront à promouvoir les travaux de la Plateforme auprès de ses principaux publics cibles et à coordonner les actions de sensibilisation aux conclusions des évaluations de la Plateforme. Les activités et la démarche de communication de la Plateforme auront pour objectif de veiller à ce que des informations opportunes et appropriées entrent dans le domaine public, et ce tant de manière active, pour la transmission des rapports, que réactive, en réponse aux questions ou critiques.

* IPBES/3/1.

5. Alors que la stratégie de communication devrait principalement promouvoir les travaux de la Plateforme auprès de ses principaux publics cibles, la stratégie d'association des parties prenantes devrait essentiellement encourager la participation des parties prenantes aux travaux de la Plateforme. Cette dernière est décrite dans le projet révisé de stratégie d'association des parties prenantes, qui est soumis sous forme de document indépendant (IPBES/3/16). Le projet révisé de stratégie de communication présenté dans la présente note se focalisera sur deux domaines principaux : a) la communication au jour le jour; et b) le lancement des rapports d'évaluation.

6. Durant l'élaboration de la stratégie, certains facteurs susceptibles d'entraver les actions de communication auprès des différents publics, tels que la diversité linguistique ou les modes de communication propres à chaque culture, ont été pris en compte. Pour contourner ces difficultés, les supports de communication seront, dans la mesure du possible, fournis dans les six langues officielles de l'Organisation des Nations Unies. Dans ses activités de communication et de sensibilisation, la Plateforme devrait également se montrer attentive au contexte propre à chaque pays. En effet, on sait que les besoins des pays en développement sont parfois différents de ceux des pays développés et peuvent par conséquent nécessiter des activités de sensibilisation « sur-mesure ».

7. Pour assurer la coordination et la cohérence de la communication de la Plateforme, le secrétariat devrait travailler avec toutes les composantes de cette dernière : le Bureau, le Groupe d'experts multidisciplinaire, les équipes d'appui technique, les auteurs coordonnateurs principaux et les autres acteurs, le cas échéant. Le secrétariat pourrait aussi évaluer la communication de la Plateforme et en rendre compte à la Plénière, notamment pour ce qui concerne le type et l'étendue de la sensibilisation et de la couverture médiatique. Des rapports d'évaluation devraient aussi être présentés au Bureau et au Groupe à intervalles réguliers.

8. Le projet révisé de stratégie de communication se compose des éléments suivants : buts et objectifs, analyse du public, messages, domaines d'activité et évaluation. Dans un souci de concision, ce projet révisé de stratégie de communication et de sensibilisation s'intéressera uniquement aux points essentiels et ne constituera pas une liste exhaustive des messages, outils, publics et activités de sensibilisation qui seront utilisés pour mettre en œuvre les travaux de communication et de sensibilisation.

III. Buts et objectifs

9. Le principal objectif de la Plateforme est de consolider l'interface science-politique dans le domaine de la biodiversité et des services écosystémiques afin de contribuer à la préservation et à l'utilisation durable de la biodiversité, au bien-être de l'homme à long terme et au développement durable. Les actions de communication respecteront le principe selon lequel la Plateforme doit être utile à l'élaboration des politiques, mais sans caractère prescriptif. La Plateforme ne défendra aucune cause et ne fera pas de recommandations quant aux politiques.

10. La définition d'objectifs spécifiques dans une perspective de communication peut permettre de disposer d'un processus d'évaluation d'entrée de jeu. Ces objectifs pourraient être les suivants :

- a) Réaffirmer la réputation de la Plateforme en tant qu'organe intergouvernemental crédible, transparent, indépendant et légitime venant renforcer l'interface entre l'élaboration des politiques et les connaissances dans le domaine de la biodiversité et des services écosystémiques;
- b) Transmettre les résultats des évaluations et fournir des informations claires et équilibrées sur la biodiversité et les services écosystémiques, notamment sur les risques et les incertitudes scientifiques, sans transiger sur la précision;
- c) Assurer une sensibilisation à toutes les fonctions de la Plateforme qui, au-delà des évaluations, contribuent à la production de connaissances, au renforcement des capacités et à l'identification d'outils et de méthodologies utiles à l'élaboration des politiques;
- d) Expliquer les méthodes de travail de la Plateforme, sélectionner ses auteurs et réviseurs et produire ses rapports de manière à faciliter la compréhension de ses travaux;
- e) Positionner la Plateforme comme un outil valorisant les travaux déjà entrepris dans le domaine de la biodiversité et des services écosystémiques afin de faciliter l'élaboration des politiques;
- f) Encourager une communication bilatérale entre la Plateforme et ses publics, de manière à améliorer les produits et messages de la Plateforme.

IV. Analyse du public

11. Le public auquel s'adresse la stratégie de communication doit être bien défini afin que cette stratégie soit parfaitement ciblée. La Plateforme est mandatée pour fournir des informations scientifiques et techniques sur la biodiversité et les services écosystémiques aux décideurs qui ont besoin d'informations indépendantes et scientifiquement crédibles pour être en mesure d'adopter des politiques locales, nationales et internationales capables de relever les défis que constituent la perte de biodiversité et la dégradation des services écosystémiques. En conséquence, la stratégie de communication et de sensibilisation devrait être orientée vers les bénéficiaires visés par le programme de travail de la Plateforme, à savoir : les Gouvernements et les décideurs de tout niveau, y compris les États membres de la Plateforme et les accords multilatéraux sur l'environnement.

12. Alors que la stratégie d'association des parties prenantes devrait trouver des moyens de stimuler la participation des parties prenantes au programme de travail et aux produits de la Plateforme, la stratégie de communication et de sensibilisation devrait être conçue en tenant compte des bénéficiaires visés. Cette focalisation sur les bénéficiaires visés par les travaux de la Plateforme devrait permettre de faire plus facilement la distinction entre les publics principaux et élargis.

13. Plusieurs types de publics principaux et élargis sont suggérés ci-dessous pour les produits de la Plateforme. Dans un souci de concision, cette liste n'est pas exhaustive :

- a) Publics cibles principaux :
 - i) Décideurs de tout niveau dans le domaine de la biodiversité et des services écosystémiques : les États membres de la Plateforme, les ministères de l'environnement, de l'énergie, de l'industrie, de la planification, des finances et de l'agriculture, les autorités locales et les conseillers scientifiques des décideurs doivent être tenus informés de la Plateforme de manière à pouvoir l'utiliser comme source indépendante de connaissances;
 - ii) Nations Unies et accords multilatéraux sur l'environnement : certains programmes des Nations Unies et accords multilatéraux sur l'environnement constituent des clients privilégiés pour les rapports de la Plateforme. La Plateforme travaillera avec eux, notamment lors de ses activités de sensibilisation et de diffusion;
- b) Publics élargis :
 - i) Communauté scientifique : la Plateforme est tributaire de la communauté scientifique pour la production de ses rapports et devrait donc cibler cette communauté afin de renforcer son implication. Les associations internationales de scientifiques pourraient être visées dans le cadre des activités de sensibilisation;
 - ii) Détenteurs de connaissances autochtones et locales : la communauté des détenteurs de connaissances autochtones et locales est un public cible majeur identifié par la Plateforme;
 - iii) Entreprises et industries : les rapports de la Plateforme seront probablement pris en considération par les entreprises et industries intéressées par la Plateforme car ils pourraient les aider à trouver des moyens durables de prévenir, de minimiser et de compenser leurs impacts sur les écosystèmes;
 - iv) Praticiens ou exécutants : une multitude d'organisations et d'individus travaillant sur le terrain dans le cadre de la mise en œuvre de la biodiversité et des services écosystémiques souhaiteront découvrir les produits de la Plateforme, par exemple les outils d'aide à l'élaboration des politiques, et la manière dont ils peuvent les utiliser;
- c) Organisations de proximité : certaines communautés seront fortement touchées par la perte de biodiversité et auront donc besoin d'être informées des résultats des évaluations de la Plateforme et des outils d'aide à l'élaboration des politiques. Le secrétariat de la Plateforme pourrait travailler avec les réseaux concernés pour diffuser des supports de communication auprès de ces communautés;
- d) Organisations intergouvernementales et non gouvernementales : ces organisations pourraient contribuer aux objectifs de la Plateforme en assurant la sensibilisation de leurs partenaires, notamment les décideurs ou le secteur privé;

- e) Médias : le secrétariat de la Plateforme ne devrait pas être en mesure de toucher directement tous les publics et devra donc mettre en place de bonnes relations avec les médias afin d'atteindre des publics élargis.

14. Le secrétariat de la Plateforme ne sera peut-être pas en mesure de produire lui-même des produits dérivés destinés à des publics spécifiques, mais il pourrait collaborer avec des organisations qui choisiront certains éléments des évaluations de la Plateforme pour les diffuser sous des formes plus adaptées aux publics concernés.

V. Messages

15. Les messages devront être coordonnés, en particulier lors du lancement des rapports d'évaluation, une période durant laquelle les travaux de la Plateforme susciteront un intérêt tout particulier. Avant le lancement des rapports d'évaluation, le secrétariat pourrait travailler avec les co-responsables des rapports, les auteurs coordonnateurs principaux et les réviseurs afin de garantir la cohérence des messages adressés aux décideurs, à leurs conseillers scientifiques et aux médias. Les messages devront se conformer aux limites définies pour les rapports de la Plateforme, en d'autres termes, ils devront être utiles à l'élaboration des politiques mais sans caractère prescriptif. L'une des qualités essentielles des travaux de la Plateforme tiendrait donc au fait que les messages et rapports soient neutres du point de vue des politiques et équilibrés sur le plan scientifique.

16. En outre, un certain nombre de messages clés fondamentaux expliquant les activités concrètes de la Plateforme devraient être définis d'un commun accord et utilisés dans tous les supports destinés aux médias ou aux manifestations fréquentées par les différents publics. Ces messages auraient pour objet d'expliquer le processus et sa légitimité, en éclaircissant des notions telles que le « consensus mondial », l'« examen par les pairs », la « science de haut niveau », etc.

17. La liste ci-dessous, bien que non exhaustive, propose quelques messages fondamentaux qui pourraient être utilisés pour illustrer la valeur ajoutée de la Plateforme et son rôle auprès de tous les publics non familiarisés avec son fonctionnement :

- a) La Plateforme est un organe faisant autorité qui fournit des rapports contenant les données les plus récentes sur certains aspects clés de la biodiversité et des services écosystémiques en réponse aux demandes des décideurs;
- b) La Plateforme ne fait pas double emploi avec les travaux existants mais apporte une valeur ajoutée à la grande diversité d'organisations qui travaillent déjà dans ce domaine en comblant les lacunes et en mettant à profit leurs travaux;
- c) La Plateforme est une structure unique en son genre au sens où elle s'efforce de renforcer la capacité à utiliser efficacement la science dans la prise de décision à tous les niveaux;
- d) La Plateforme est indépendante au niveau scientifique et sa crédibilité, sa pertinence et sa légitimité sont garanties par l'examen de ses travaux par des pairs et par la transparence des processus décisionnels intervenant dans l'échange, le partage et l'utilisation des données, informations et technologies provenant de toutes les sources pertinentes;
- e) La Plateforme reconnaît et respecte la contribution des connaissances autochtones et locales à la préservation et à l'utilisation durable de la biodiversité et des écosystèmes;
- f) La Plateforme reconnaît le caractère unique de la biodiversité et des connaissances scientifiques des différentes régions ainsi que la nécessité d'une participation pleine et entière des pays en développement mais aussi d'une représentation et d'une participation régionales équilibrées à sa structure et à ses travaux;
- g) La Plateforme a adopté une démarche interdisciplinaire et multidisciplinaire qui intègre toutes les disciplines concernées, notamment les sciences sociales et naturelles.

VI. Domaines d'activité

A. Communication au jour le jour

18. Le secrétariat de la Plateforme pourrait proposer des informations et des points réguliers sur ses produits, ses événements et ses activités au travers de son site Web, des médias sociaux, d'exposés, etc. Une liste énumérant l'ensemble des activités proposées que pourrait entreprendre le secrétariat à compter de 2015 et un calendrier figurent en annexe de la présente note.

B. Lancement des rapports d'évaluation

19. Deux rapports d'évaluation seront lancés lors de la quatrième session de la Plénière : d'une part, une évaluation thématique de la pollinisation et des pollinisateurs associés à la production alimentaire et, d'autre part, une évaluation méthodologique des scénarios et de la modélisation de la biodiversité et des services écosystémiques. D'autres rapports d'évaluation suivront. Durant une brève période, qui durera probablement trois mois, chacun de ces rapports fera l'objet d'un intérêt soutenu et ciblé dans le monde entier. Il est très important que la Plateforme soit bien préparée pour y faire face.

20. Pendant la période de lancement des rapports d'évaluation, les travaux de la Plateforme susciteront un grand intérêt parmi les médias, les décideurs et les autres parties prenantes. Les principaux objectifs stratégiques de la Plateforme durant ces périodes d'intense activité seront, premièrement, de maintenir une couverture médiatique soutenue, précise et suivie; deuxièmement, de coordonner et contrôler les messages afin qu'ils demeurent strictement dans les limites définies pour les rapports de la Plateforme, à savoir qu'ils soient utiles à l'élaboration des politiques mais en aucun cas prescriptifs; et, troisièmement, de répondre aux demandes des utilisateurs finaux, en particulier les décideurs et les experts scientifiques et techniques gouvernementaux et du secteur privé, en matière d'organisation de séminaires, de réunions d'information et de rencontres.

21. Pour mettre en avant les conclusions des rapports d'évaluation, il serait important d'élaborer une stratégie de sensibilisation et de mettre en place une campagne de relations avec les médias comprenant des communiqués de presse, des annonces dans les médias sociaux et sur les sites Web, des conférences de presse, des messages, des discours et notes d'intervention, etc.

22. Pour atteindre le niveau d'efficacité et l'impact recherchés, il est souhaitable que la Plateforme désigne, quelques mois avant le lancement des rapports d'évaluation, un cabinet de conseil en communication chargé de gérer le volume croissant d'activités et de produits qu'il faudra développer et diffuser. Cette recommandation s'inspire de pratiques similaires du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat, qui fait appel à des cabinets de conseil en communication lors des périodes de forte activité. Le recours à un tel cabinet pourrait être financé par le budget de communication alloué à chaque évaluation et serait limité aux périodes de forte activité avant, pendant et après le lancement des rapports d'évaluation. Le cabinet de conseil pourrait travailler sous la supervision du Bureau et du Groupe d'experts multidisciplinaire, en collaboration avec le chargé de communication du secrétariat.

23. La transmission des résultats des évaluations de la Plateforme sera une tâche délicate en raison de la diversité et de la complexité des thématiques scientifiques et de la nécessité toujours plus forte de toucher des publics plus larges que les seuls scientifiques et Gouvernements. L'aide d'un cabinet de conseil en communication pourrait permettre de rédiger des messages clairs destinés à différents publics. Par ailleurs, des rédacteurs scientifiques professionnels pourraient transposer le langage technique en texte adapté à la communication de masse ou concevoir des pages Web expliquant les concepts scientifiques à des publics non spécialisés sans erreurs d'interprétation ni déformation des faits sur lesquels reposent ces concepts.

24. L'évaluation relative à la pollinisation et aux pollinisateurs, qui sera l'un des deux premiers rapports à être lancés, pourrait être utilisée comme modèle pour les activités et produits nécessaires avant, pendant et après chaque rapport d'évaluation. Un calendrier des activités suggérées est proposé ci-après, en annexe à la présente note.

VII. Évaluation

25. Le processus d'évaluation pourrait se faire en trois étapes :

- a) *Enquêtes de perception.* Une enquête pourrait être menée chaque année auprès des publics principaux et élargis afin de jauger les perceptions relatives à la Plateforme et à ses travaux;
- b) *Groupes de discussion.* Pour mesurer l'efficacité de la stratégie de communication et de sensibilisation, des groupes de discussion pourraient être organisés lors de certaines étapes clés au fil de la campagne. Ces discussions pourraient avoir lieu à l'occasion de manifestations importantes ou cibler des publics spécifiques tels que les décideurs;
- c) *Suivi des contenus médiatiques.* La couverture médiatique sur les sites Web, dans les journaux, magazines et publications scientifiques pourrait faire l'objet d'un suivi régulier.

Annexe

Plan de mise en œuvre

1. Le plan de mise en œuvre décrit plus en détail les activités qui pourraient être menées dans les deux grands domaines de communication : la communication au jour le jour et le lancement des rapports d'évaluation.

A. Communication au jour le jour

2. Le secrétariat propose de développer les produits ci-dessous et d'entreprendre les activités suivantes à compter de 2015 :

- a) *Analyse des besoins.* Cette analyse sera réalisée dans le cadre du projet révisé de stratégie d'association des parties prenantes, qui est soumis à la Plénière dans le document IPBES/3/16. Les conclusions de cette évaluation seront aussi utiles pour planifier la communication;
- b) *Modernisation du site Web.* Le secrétariat doit s'atteler au projet d'envergure que constitue la modernisation du site Web de la Plateforme. L'objectif sera de créer un site Web ergonomique et intuitif au style original et contemporain;
- c) *Outils informatiques et de communication.* Le secrétariat utilisera des outils informatiques et de communication permettant de dialoguer et de communiquer avec les organes de la Plateforme (Bureau et Groupe d'experts multidisciplinaire), les équipes spéciales et les groupes d'experts. Ces outils faciliteront le partage des fichiers et la collaboration en ligne, mais aussi le recours aux services de vidéoconférence;
- d) *Identité visuelle.* Une identité visuelle cohérente pour l'ensemble des produits et activités de communication de la Plateforme, notamment le site Web, les exposés, les fiches d'information, les publications et les autres produits, pourrait être créée avec l'aide d'infographistes professionnels;
- e) *Exposés.* Une fois la charte graphique définie, des exposés professionnels et attrayants pourraient aussi être élaborés en vue de promouvoir les travaux de la Plateforme;
- f) *Fiches d'information.* Des fiches d'information d'une page présentant les travaux de la Plateforme pourraient aussi être créées en utilisant la même charte graphique. Dans la mesure du possible, ces fiches d'information pourront être proposées dans les six langues officielles de l'Organisation des Nations Unies;
- g) *Médias sociaux.* Une stratégie relative aux médias sociaux pourrait aussi être élaborée afin de faire connaître les possibilités de participation aux travaux de la Plateforme. Des comptes Facebook, Twitter et YouTube proposant des informations actualisées sur les travaux de la Plateforme seront créés;
- h) *FAQ en ligne.* Une page de Foire aux questions (FAQ) sera créée sur le site Web modernisé pour faire passer des messages importants expliquant pourquoi la Plateforme a été créée, en quoi elle valorise les diverses initiatives existantes, comment elle fonctionne et selon quels principes;
- i) *Événements et sensibilisation.* Un calendrier interactif annonçant les événements de la Plateforme pourrait être intégré au site Web modernisé;
- j) *Traductions.* Dans la mesure du possible, des traductions des principaux produits de communication seront proposées dans les six langues officielles de l'Organisation des Nations Unies;
- k) *Wikipédia.* La page Web de la Plateforme sur Wikipédia sera mise à jour après les grands événements tels que les sessions de la Plénière et le lancement des rapports d'évaluation;
- l) *Enquête annuelle.* Une enquête sera réalisée chaque année afin de jauger les perceptions des parties prenantes.

Tableau 1
Calendrier des activités de communication

<i>Activités</i>	<i>Calendrier</i>
Évaluation des besoins	D'ici avril 2015
Modernisation du site Web	Janvier-avril 2015
Outils informatiques et de communication	Acquisition d'ici avril 2015
Identité visuelle	D'ici juin 2015
Exposés	D'ici juillet 2015
Fiches d'information	D'ici août 2015
Médias sociaux	Tout au long de l'année
FAQ en ligne	D'ici juin 2015
Événements et sensibilisation	Tout au long de l'année
Traductions	D'ici novembre 2015
Wikipédia	Mises à jour régulières
Enquête annuelle	Chaque année en octobre

B. Lancement des rapports d'évaluation

3. L'évaluation thématique relative à la pollinisation et aux pollinisateurs, qui sera l'un des deux premiers rapports à être lancés, pourrait être utilisée comme modèle pour les activités et produits nécessaires avant, pendant et après chaque rapport d'évaluation. Un calendrier des activités pourrait être utilisé comme modèle pour le lancement des rapports d'évaluation suivants.

Tableau 2
Calendrier des activités associées au lancement

<i>Activités avant, pendant et après le lancement de l'évaluation thématique sur la pollinisation et les pollinisateurs</i>	<i>Octobre 2015</i>	<i>Novembre 2015</i>	<i>Décembre 2015</i>	<i>Janvier 2016</i>	<i>Février 2016</i>	<i>Mars 2016</i>
Publications						
Supports						
Produits dérivés						
Conférence spéciale						
Événements spéciaux, réunions d'information, manifestations parallèles						
Discours éventuels						
Séances de questions/réponses en ligne avec des experts						
Plan de réaction rapide						
Porte-parole						
Formation médiatique						
Liste des médias influents						
Suivi médiatique						
Marketing						
Listes de diffusion						
Conférences de presse						
Interviews						