



## Convention sur la diversité biologique

Distr.  
GÉNÉRALE

CBD/SBI/3/5  
28 mars 2022

FRANÇAIS  
ORIGINAL : ANGLAIS

### ORGANE SUBSIDIAIRE CHARGÉ DE L'APPLICATION

Troisième réunion

En ligne, 16 mai-13 juin 2021 et

Genève, Suisse, 14-29 mars 2022

Point 5 de l'ordre du jour

### RECOMMANDATION ADOPTÉE PAR L'ORGANE SUBSIDIAIRE CHARGÉ DE L'APPLICATION

#### 3.5 Communication pour le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 : cadre pour une stratégie de communication en appui à la mise en œuvre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020

L'Organe subsidiaire chargé de l'application *recommande* que la Conférence des Parties adopte, à sa quinzième réunion, une décision libellée comme suit :

*La Conférence des Parties,*

*Accueille avec satisfaction* le cadre pour une stratégie de communication en appui à la mise en œuvre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, tel qu'il figure dans l'annexe à la présente recommandation;

*Annexe*

### CADRE POUR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION EN APPUI A LA MISE EN ŒUVRE DU CADRE MONDIAL DE LA BIODIVERSITE POUR L'APRES-2020

#### I. CONTEXTE

1. Dans sa décision [14/34](#), la Conférence des Parties a décidé que le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 devrait être assorti d'une mission à l'horizon 2030 inspirante et motivante, comme tremplin vers la Vision 2050 intitulée « Vivre en harmonie avec la nature », qui serait soutenue par une stratégie de communication cohérente, complète et innovante.

2. Le présent document définit la stratégie de communication pour le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020. Il est destiné à compléter le cadre de la stratégie de communication approuvé dans la décision [XIII/22](#). [La présente version est basée sur une ébauche examinée par le Comité consultatif informel sur la communication, l'éducation et la sensibilisation du public (CEPA-IAC), et par des experts en communication participant à la « Flotille de la communication sur la biodiversité », y compris des représentants de diverses parties prenantes dans le domaine des politiques relatives à la biodiversité.]

3. [Le présent document commence par une brève présentation de la relation entre le changement de comportement et la communication et un aperçu des éléments de la stratégie.] La stratégie finale sera ajustée en fonction du texte final convenu du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 et de la décision

pertinente de la quinzième réunion de la Conférence des Parties. La stratégie sera par la suite examinée, comme indiqué à la section III.

## II. COMMUNICATION, ACCÈS À L'INFORMATION ET SENSIBILISATION [ET CHANGEMENT DE COMPORTEMENT]

4. L'importance de la communication et de la sensibilisation aux fins de la réalisation de la Vision 2050 pour la biodiversité a été soulignée dans l'objectif 1 d'Aichi pour la biodiversité : « D'ici à 2020 au plus tard, les individus sont conscients de la valeur de la biodiversité et des mesures qu'ils peuvent prendre pour la conserver et l'utiliser durablement ». Comme mentionné dans *Communication, éducation et sensibilisation du public (CESP) : Une boîte à outils pour les correspondants nationaux et les coordinateurs des SPANB*<sup>1</sup>, la sensibilisation du public est « une première étape dans le développement de la compréhension et de la sensibilisation, pour faire connaître la question, l'intégrer au discours public ou la mettre à l'ordre du jour ». L'éducation permet de « faciliter la compréhension, de mettre en lumière la valeur, de sensibiliser en faveur de l'environnement et de renforcer la motivation et les compétences pour agir ».

5. Les progrès accomplis au cours de la décennie 2011-2020 sont évidents, comme le montrent, par exemple, la cinquième édition des *Perspectives mondiales de la diversité biologique* et le suivi de l'initiative de sensibilisation « On the Edge Conservation »<sup>2</sup>. D'autres rapports et initiatives récents montrent également un renforcement de la sensibilisation :

a) Le « Baromètre de la biodiversité » de l'Union for Ethical BioTrade (UEBT) indique que, dans le noyau dur des pays étudiés (Brésil, France, Allemagne, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord et États-Unis d'Amérique), en 2020, 78 pour cent des personnes interrogées ont déclaré avoir entendu parler de la biodiversité, contre 67 pour cent en 2010<sup>3</sup>;

b) Le récent rapport « Eco-Wakening » de *Economist Intelligence Unit*<sup>4</sup> montre une augmentation spectaculaire du nombre de personnes préoccupées par le déclin de la nature, en particulier dans les économies émergentes et en développement;

c) Un rapport Ipsos MORI pour la Global Commons Alliance<sup>5</sup> indique que trois personnes sur quatre (73 pour cent) dans les pays du G20 conviennent que la Terre s'approche de points de basculement potentiellement abrupts ou irréversibles en raison des activités humaines et que trois personnes sur cinq (58 pour cent) sont très préoccupées ou extrêmement préoccupées par l'état de la planète.

6. D'après ces rapports, l'augmentation de cette prise de conscience est hétérogène et n'est pas mesurée partout. Cette apparente prise de conscience ne s'est pas non plus traduite par des actions suffisantes pour inverser la tendance à la perte de biodiversité, comme en témoigne l'incapacité à atteindre les objectifs d'Aichi pour la biodiversité. Les changements de modèles sociétaux et de comportements humains nécessaires pour relever le défi de la perte de biodiversité exigent que cette prise de conscience s'accompagne d'actions de la part de tous : décideurs, investisseurs, consommateurs, entreprises, citoyens, éducateurs et autres<sup>6</sup>.

[7. La recherche a montré que le comportement humain s'inscrit dans un système complexe d'influences intra et interpersonnelles, sociales, expérientielles, émotionnelles, physiques, techniques et politiques. Elles déterminent notre capacité à prendre des décisions quotidiennes et à agir en faveur la biodiversité, en

<sup>1</sup> . <https://www.cbd.int/cepa/toolkit/2008/doc/CBD-Toolkit-Complete.pdf>

<sup>2</sup> <https://ontheedge.org/impact/sentiment-tracker>

<sup>3</sup> <https://www.biodiversitybarometer.org/#uebt-biodiversity-barometer-2020>

<sup>4</sup>

[https://wwfint.awassets.panda.org/downloads/an\\_ecowakening\\_mesuring\\_awareness\\_engagement\\_and\\_action\\_for\\_nature\\_final\\_may\\_2021\\_pdf](https://wwfint.awassets.panda.org/downloads/an_ecowakening_mesuring_awareness_engagement_and_action_for_nature_final_may_2021_pdf)

<sup>5</sup> <https://www.ipsos.com/ipsos-mori-en-uk/global-commons-survey-attitudes-transformation-and-planetary-stewardship>

<sup>6</sup> Klöckner, C. A. (2019). "Making people change - strategies and new pathways for pro-environmental communication in the preservation domain". In : Reese, G., Römpke, A.-K., Mues, A. W. et Bockmühl, K. (Eds.), *Green Ways - Perspectives of Environmental Psychology Research*. BfN-Skripten, 529 (p. 21-28). Agence fédérale pour la conservation de la nature, Allemagne.

définissant les limites des comportements possibles et en donnant un sens et un impact culturel aux modèles comportementaux.

8. Un grand nombre de preuves scientifiques<sup>7</sup> attestent désormais que le fait d'aborder principalement la sensibilisation au problème dans les campagnes de communication est peu pertinent pour créer une volonté d'agir et un changement de comportement, par rapport à d'autres variables psychologiques. Être conscient du problème de la perte de biodiversité n'est pas suffisant. La théorie relative à la valorisation des comportements favorables à l'environnement considère les actions comme le résultat de choix rationnels visant à maximiser les avantages personnels, ou comme des actes favorables à la société guidés par l'activation de normes personnelles ou sociales. Dans cette perspective, toute intervention visant à promouvoir les comportements favorables à l'environnement doit s'attaquer à de multiples déterminants, notamment les attitudes, les croyances morales personnelles et les normes sociales, ainsi que le contrôle comportemental perçu.

9. Le changement de comportement autorégulé est mieux compris comme un processus dans lequel les individus passent par plusieurs étapes : prendre la décision d'agir de manière durable, se préparer à cette action, la réaliser, puis en faire une habitude<sup>8</sup>. Les variables psychologiques de l'attitude, les normes sociales et personnelles ainsi que le contrôle comportemental perçu sont des éléments clés de la communication nécessaire pour favoriser une progression réussie à travers les étapes du changement et la mise en œuvre d'un nouveau comportement durable.]

10. Afin de favoriser le passage de ces étapes et l'adoption de modes de vie durables, ainsi que l'adhésion continue aux pratiques qui les soutiennent, les mécanismes de soutien, y compris la communication, doivent être différenciés pour chaque étape et pour des groupes cibles spécifiques et leurs conditions de vie (par exemple les jeunes, les décideurs politiques, les personnes socialement faibles et les personnes à hauts revenus). De façon générale, la communication pourrait être utilisée pour renforcer plus efficacement les interconnexions entre la biodiversité et le Programme de 2030 et ses Objectifs de développement durable, en vue de souligner l'importance d'une gestion de la dimension sociale, économique et environnementale. Ceci a des répercussions pour toute stratégie de communication visant à soutenir le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020.

11. La stratégie de communication devra accroître la sensibilisation [mais aussi avoir un impact sur les intentions et la planification]. La stratégie doit être conçue de façon à construire progressivement le contenu et à permettre le partage des données entre les personnes qui déploient la stratégie à court terme, tout en développant une recherche et une évaluation continues à moyen et long terme. Ce processus devrait être axé sur une meilleure compréhension des acteurs sociaux, de leurs intentions, attitudes et normes, ainsi que de leurs croyances, perceptions et choix. Cette compréhension devrait être utilisée pour suivre les progrès et ajuster la stratégie au fil du temps<sup>9</sup>.

12. Le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 est l'occasion de renouveler et d'actualiser la communication, en s'appuyant sur les réalisations de la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité et dans le contexte de la Décennie d'action des Nations Unies pour atteindre les Objectifs de développement durable. La gestion de la communication nécessitera également une compréhension et une évaluation continues de l'état d'avancement de la réalisation du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, ainsi qu'un rappel des liens existant entre le changement climatique et la biodiversité, et une reconnaissance croissante du rôle de la nature dans l'adaptation aux changements climatiques et leur atténuation. Ce

---

<sup>7</sup> Voir le document CBD/SBI/3/INF/48.

<sup>8</sup> Voir Bamberg, S. (2013). Changing environmentally harmful behaviors: A stage model of self-regulated behavioral change. *Journal of Environmental Psychology*, 34, 151-159.

<sup>9</sup> Williamson, K., Bujold, P. M., et Thulin, E. (2020). Behavior Change Interventions in Practice: A synthesis of criteria, approaches, case studies and indicators. Rare Center for Behavior & the Environment et Groupe consultatif scientifique et technique du Fonds pour l'environnement mondial. <https://behavior.rare.org/wp-content/uploads/2021/02/Behavior-Change-Interventions-in-Practice-final.pdf>

processus facilitera la création de contenu pour la stratégie de communication, tout en assurant la continuité et le soutien des initiatives en cours et du suivi des résultats.

### III. PORTÉE ET OBJECTIF DE LA STRATÉGIE

13. La stratégie a vocation à être utilisée pour les initiatives de communication de la Secrétaire exécutive et pour soutenir les initiatives de communication de tous, notamment les Parties, les peuples autochtones et communautés locales et les parties prenantes, les acteurs du système des Nations Unies et d'autres encore :

a) En fournissant une structure de coordination et de collaboration entre les acteurs concernés, l'objectif étant d'accroître l'efficacité;

b) En tant qu'orientation initiale en vue de l'élaboration de stratégies et de plans d'action spécifiques aux niveaux mondial, régional, national et infranational, par les décideurs politiques, les entrepreneurs sociaux, les entreprises, les citoyens, les jeunes, et par les peuples autochtones et les communautés locales, selon qu'il convient;

c) En vue d'accroître la sensibilisation en faveur de la conservation, de l'utilisation durable et du partage équitable des avantages, ainsi qu'un changement transformateur pour réaliser [la vision 2050 de vivre en harmonie avec la nature] [Terre mère].

14. La stratégie de communication devra être mise en œuvre et développée plus avant de manière participative, itérative et flexible, avec l'aide d'experts en communication [et en changement de comportements], y compris une forte participation des peuples autochtones et des communautés locales, des femmes et des jeunes. Son développement ultérieur devrait être basé sur des orientations et sur des consultations au niveau international, dirigées par la Secrétaire exécutive, lesquelles contribueront ensuite à informer d'autres consultations. La participation active à ces consultations des peuples autochtones et des communautés locales, des experts en éducation, des jeunes et des représentants de divers milieux socio-économiques et socioculturels sera primordiale, tout comme le fait de veiller à la pleine intégration des considérations intra et intergénérationnelles, interculturelles et de genre. Au niveau mondial, les ajustements immédiats et à long terme de la stratégie seront coordonnés par un organe de coordination ouvert, décrit ci-dessous.

15. La stratégie mondiale continuera d'être examinée par la Conférence des Parties, [sur la base des avis du Comité consultatif informel sur la communication, l'éducation et la sensibilisation du public et d'autres entités, notamment la Division de la communication du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) et le Département de la communication mondiale des Nations Unies].

16. Le mandat relatif à un tel examen serait le suivant :

a) Un premier atelier, après la quinzième réunion de la Conférence des Parties, pour élaborer les derniers détails de la stratégie mondiale;

b) Une évaluation bisannuelle des activités qui ont été menées, en vue d'identifier les meilleures pratiques, les changements dans la prise de conscience, l'impact et l'efficacité, aux fins d'examen par l'Organe subsidiaire chargé de l'application;

c) Un recensement des nouveaux domaines de communication et d'apprentissage, ou de la nécessité d'adapter les stratégies existantes;

d) Un suivi des activités de communication, d'éducation et de sensibilisation au regard des progrès réalisés par rapport aux cibles, aux objectifs et à la mission 2030;

e) Un recensement des nouveaux acteurs ou partenaires à contacter;

f) Un recensement des besoins en ressources.

17. [Les Parties devraient commencer à mettre en œuvre les éléments du cadre mondial de la biodiversité relatifs à la communication immédiatement et conformément à la décision 15/--<sup>10</sup>. Ceci pourrait être effectué en intégrant les éléments de communication dans les stratégies et plans d'action nationaux pour la biodiversité (SPANB), tout en les actualisant et en les alignant sur le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020. Il conviendrait d'envisager d'inclure les initiatives de communication nationales et les résultats dans les futures versions des rapports nationaux] / [Les Parties sont invitées à créer des versions nationales de la stratégie dès que celle-ci sera adoptée par la Conférence des Parties. Ces stratégies devraient inclure des outils et des activités à l'appui des objectifs ci-dessous.]

18. Le tableau 1 présente certains des calendriers des activités prévues dans la stratégie.

**Tableau 1. Calendrier des activités**

<i>Date</i>	<i>Secrétaire exécutive</i>	<i>Niveau national</i>
Dès que possible, après la quinzième réunion de la Conférence des Parties	[Réunir le CEPA-IAC [et les acteurs concernés] pour actualiser la présente stratégie, pour examen à la réunion SBI-4, et élaborer d'autres orientations aux niveaux national, sous-national et local] Créer un site Web Créer un mécanisme de coordination informel pour assurer une coordination régulière Communiquer un document d'orientation facultatif	[Encourager][Envisager de créer] des partenariats nationaux et sous-nationaux pour mettre en œuvre les activités de la stratégie.  [Inviter les Parties, selon qu'il convient, à intégrer des actions pertinentes de la stratégie de communication dans leurs mécanismes de planification et d'établissement de rapports.]
2022-2024	Créer des partenariats internationaux en appui à la stratégie	
Avant la réunion SBI-4, à négocier par la Conférence des Parties à sa seizième réunion (2024) <sup>11</sup>	En collaboration avec le CEPA-IAC et d'autres acteurs concernés, examiner et faire rapport sur les activités menées et leur impact, et actualiser davantage la stratégie, si besoin	[Inviter les Parties, selon qu'il convient, à intégrer des actions pertinentes de la stratégie de communication dans leurs mécanismes de planification et d'établissement de rapports.]
Avant la réunion SBI-5, à négocier par la Conférence des Parties à sa dix-septième	En collaboration avec le CEPA-IAC et d'autres acteurs concernés, effectuer un bilan à mi-décennie et rendre compte des activités menées et leur impact, actualiser la stratégie de communication sur la base des avis de la Conférence des Parties	Fournir un rapport à mi-décennie sur les activités menées, selon qu'il convient au cours de la période biennale, et partager des informations par le biais du Centre d'échange et des sites des centres d'échange nationaux Bioland et procéder à

<sup>10</sup> Décision basée sur la recommandation concernant le point 9.

<sup>11</sup> Dates provisoires, à déterminer par la Conférence des Parties.

<i>Date</i>	<i>Secrétaire exécutive</i>	<i>Niveau national</i>
réunion (2026)		des ajustements, selon qu'il convient.  [Inviter les Parties, selon qu'il convient, à intégrer des actions pertinentes de la stratégie de communication dans leurs mécanismes de planification et d'établissement de rapports.]
Avant la réunion SBI-6, à négocier par la Conférence des Parties à sa dix-huitième réunion (2028)	En collaboration avec le CEPA-IAC et d'autres acteurs concernés, examiner et rendre compte des activités menées et leur impact, et actualiser la stratégie de communication sur la base des avis de la Conférence des Parties	[Inviter les Parties, selon qu'il convient, à intégrer des actions pertinentes de la stratégie de communication dans leurs mécanismes de planification et d'établissement de rapports.]
Avant la réunion SBI-7, à négocier par la Conférence des Parties à sa dix-neuvième réunion (2030)	Rédiger un rapport final sur les activités menées [et les changements dans la perception de la conservation de la biodiversité pour contribuer à un deuxième bilan]	[Inviter les Parties, selon qu'il convient, à intégrer des actions pertinentes de la stratégie de communication dans leurs mécanismes de planification et d'établissement de rapports.]

#### IV. OBJECTIFS

19. Les initiatives de communication, d'éducation et de sensibilisation menées dans le cadre de cette stratégie doivent soutenir des actions dans l'ensemble de la société en vue de réaliser le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020. Globalement, la stratégie vise à soutenir non seulement la réalisation de la mission 2030, mais aussi de la Vision 2050 pour la biodiversité.

[20. Dans le premier projet de cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 (CBD/WG2020/3/3), il est indiqué que « l'information et la sensibilisation de toutes les parties prenantes concernant le cadre et leur adhésion à celui-ci sont essentielles aux fins d'une mise en œuvre efficace, notamment :

a) En améliorant la compréhension, la sensibilisation et l'appréciation des [différentes visions et approches pour parvenir au développement durable et des multiples valeurs de la biodiversité, y compris les systèmes de connaissances, [et] les valeurs et les approches [cosmobiocentriques] connexes utilisés par les peuples autochtones et les communautés locales;

b) En informant tous les acteurs de l'existence des objectifs et cibles du cadre mondial de la biodiversité et des progrès accomplis en vue de leur réalisation;

c) En favorisant ou en créant des plates-formes et des partenariats, y compris avec les médias et la société civile, pour partager des informations sur les succès, les leçons apprises et les expériences en matière d'action en faveur de la biodiversité. »]<sup>12</sup>

21. Les principaux objectifs sont donc les suivants :

### **Objectif A**

**Améliorer la compréhension, la sensibilisation et l'appréciation des [différentes visions et approches pour parvenir à un développement durable et des] multiples valeurs de la biodiversité, y compris les systèmes de connaissances connexes, notamment les valeurs et les approches [cosmobiocentriques] utilisées par les peuples autochtones et les communautés locales**

22. Cet objectif continue à soutenir les travaux menés dans le cadre de l'objectif 1 d'Aichi au cours de la décennie précédente, mais présente des distinctions importantes. [L'inclusion délibérée des connaissances, valeurs et approches associées des peuples autochtones et des communautés locales, ainsi que d'autres systèmes de connaissances, élargit également l'éventail des discussions et des actions potentielles. La réalisation de cet objectif nécessitera certaines des activités suivantes :]

[a) Recherche de base et suivi de l'évolution de la sensibilisation et des attitudes, en utilisant un cadre de données et des références communes. Il s'agit notamment de soutenir les programmes de recherche qui mettent en évidence les différentes valeurs de la biodiversité;]

b) [Sensibilisation aux différentes visions et approches pour parvenir à un développement durable, y compris [la vision 2050 de Vivre en harmonie avec la nature] / [Vivre bien en harmonie avec la Terre mère];]

c) [Favoriser le respect]/[Mise en valeur] des approches [cosmobiocentriques] des peuples autochtones et des communautés locales pour vivre en harmonie avec la nature;

d) Création de campagnes de sensibilisation qui montrent les valeurs de la biodiversité;

e) Produits et recherches permettant d'intégrer et de communiquer les valeurs de la biodiversité représentées dans les connaissances et pratiques traditionnelles des peuples autochtones et des communautés locales;

f) Soutien aux projets de médias et de films qui fournissent des histoires et des récits multimédias sur la biodiversité et ses valeurs;

g) Élaboration et/ou distribution de contenu éducatif aux institutions d'enseignement pour aider à diffuser les valeurs de la biodiversité;

h) Révision des programmes d'enseignement pour y inclure les valeurs de la biodiversité et l'importance d'une reconnexion avec la nature;

i) Promotion de la reconnexion avec la nature au moyen d'un enseignement formel et informel, conformément aux Objectifs de développement durable 4.7 et 12.8, pour favoriser des modes de vie durables et faire en sorte que les populations disposent des informations et de la sensibilisation nécessaires pour le développement durable et des modes de vie en harmonie avec la nature.

### **Objectif B**

**Informar tous les acteurs de l'existence des objectifs et cibles du cadre mondial de la biodiversité et des progrès accomplis en vue de leur réalisation**

23. La sensibilisation doit être liée à la transformation des intentions et des actions. L'objectif prévoit un large éventail d'actions de communication pour soutenir la visibilité du cadre mondial de la biodiversité à tous les niveaux, et sa pertinence pour toutes les parties prenantes. Il soutient également les efforts en

---

<sup>12</sup> Ces paragraphes devront être alignés sur le texte final accepté des décisions pertinentes du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020.

cours pour mettre en évidence les progrès accomplis et favoriser de nouvelles actions en vue de la Vision 2050 pour la biodiversité.

24. Les communications doivent également promouvoir des actions supplémentaires liées aux objectifs et aux cibles d'action du cadre mondial de la biodiversité pour lesquels les progrès sont insuffisants. Les communications doivent promouvoir une action positive axée sur les résultats en soutenant les efforts de manière positive, en mettant en garde contre les conséquences d'un échec ou en montrant comment l'action dans d'autres domaines peut être imitée pour progresser dans la mission.

25. [Le Secrétariat de la Convention sur la diversité biologique doit fournir des mises à jour transparentes et régulières des progrès réalisés en fonction de l'indicateur principal et des autres indicateurs du cadre de suivi, à la fois par le biais du portail central, lié au Centre d'échange et aux plateformes de communication de la Convention, dans la limite des ressources disponibles.

### **Objectif C**

#### **Promouvoir ou développer des plates-formes et des partenariats, y compris avec les médias et la société civile, pour partager des informations sur les succès, les leçons apprises et les expériences en matière d'action en faveur de la biodiversité**

26. Les données les concernant doivent être mises à disposition dans un format facilement accessible aux médias et aux éducateurs, qu'ils soient traditionnels ou en ligne, puis traitées en vue d'articles de presse et de ressources pédagogiques. Les partenariats avec les médias et les éducateurs experts en la matière sont des moyens importants de progresser. Les sources de données et la justification de tous les indicateurs doivent être facilement accessibles et expliquées de manière technique et non technique, et reliées au cadre de suivi.

[27. Les communications relatives au suivi doivent se faire selon une période de rapport annuelle ou bisannuelle, liée à la Journée internationale de la biodiversité [et la Journée internationale de la Terre mère (22 avril)] ou à un autre événement approprié. Les prochaines éditions des *Perspectives mondiales de la diversité biologique* et des *Perspectives locales de la diversité biologique* devraient aussi être élaborées et lancées en tenant compte de cette nécessité de communiquer sur la mise en œuvre.]

28. D'autres acteurs devraient être encouragés à publier des rapports qui étayent les enseignements tirés ou les réussites, le cas échéant en coordination avec la Secrétaire exécutive.

[29. Il convient de mener des actions de communication conjointes avec le Dialogue interactif sur la Terre mère de l'Assemblée générale des Nations Unies dans le cadre de l'approche « vivre en harmonie avec la Terre mère », afin d'améliorer la connaissance et la visibilité du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020.]

30. Une collaboration est nécessaire pour promouvoir et développer des moyens d'intégrer la biodiversité dans le système éducatif afin de doter les apprenants des connaissances, compétences, valeurs et attitudes nécessaires pour agir en faveur de la biodiversité et de la planète, en s'appuyant sur des synergies avec les Objectifs de développement durable 4.7 et 12.8. Cela peut se faire en créant et en promouvant des « écosystèmes d'apprentissage » reliant les familles, les écoles, les acteurs communautaires, les institutions publiques telles que les zoos, les aquariums, les musées, les jardins botaniques, les bibliothèques, les entreprises et les organisations non gouvernementales (ONG), qui permettent de traduire directement les activités de sensibilisation et les connaissances en matière de biodiversité en actions sur le terrain.

31. Il est également possible de promouvoir une action transformatrice personnelle et sociétale chez les apprenants de tous âges en leur fournissant les outils nécessaires pour concevoir de nouveaux systèmes et modes de vie durables. Le travail éducatif doit être coordonné avec l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), afin de favoriser l'engagement des éducateurs dans des contextes formels, informels et non formels.



## Objectif D

### **Démontrer la pertinence du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 au regard de l'élimination de la pauvreté, des changements climatiques, de la dégradation des sols, de la santé humaine, des droits de l'homme, de l'équité et du développement durable**

32. Les efforts de communication porteront sur les liens entre la biodiversité et diverses questions clés :

a) Les objectifs de développement durable. Le lien étroit entre la Convention et le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 et les objectifs du Programme de développement durable à l'horizon 2030<sup>13</sup> sera essentiel pour assurer une synergie dans les messages. L'alignement étroit de ces deux programmes facilitera la tâche, en soulignant l'importance de l'utilisation durable et de l'accès et du partage des avantages pour les initiatives relatives à l'élimination de la pauvreté;

b) Il sera important d'élaborer des messages sur la relation entre les changements climatiques et la biodiversité. Cela inclura également les approches écosystémiques pour lutter contre les changements climatiques, [les actions centrées sur la Terre mère, les mesures collectives y compris celles des peuples autochtones et des communautés locales,] ainsi que les possibilités des synergies entre la mise en œuvre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 et l'application des engagements adoptés au titre de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, de son Protocole de Kyoto et de l'Accord de Paris. [Ces messages devraient souligner l'interdépendance du problème et des solutions, et plus particulièrement, étant donné que le changement climatique est l'un des principaux moteurs d'appauvrissement de la biodiversité, le fait que la nature peut jouer un rôle important à la fois dans l'atténuation des changements climatiques, l'adaptation à ceux-ci et la résilience;]

c) De même, la stratégie devra montrer comment les travaux menés au titre du cadre mondial contribuent à la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification. Les liens avec la question de la neutralité de la dégradation des terres ainsi que les objectifs de la Décennie des Nations Unies pour la restauration des écosystèmes seront mis en évidence.

33. L'importance des zones marines et côtières devra être soulignée également, y compris les synergies avec la Décennie des Nations Unies pour l'océanographie au service du développement durable<sup>14</sup> et avec la Convention des Nations Unies sur le droit de la mer, pour assurer la conservation et l'utilisation durable de la diversité biologique marine des zones situées au-delà des limites de la juridiction nationale.

34. La santé humaine et la biodiversité représentent également des domaines clés pour lesquels la contribution de la mise en œuvre du cadre doit être soulignée, en tenant compte des liens entre la santé et la biodiversité, y compris la contribution de l'approche « une seule santé » et d'autres approches holistiques.

[35. Le lien entre ces questions et les droits de l'homme est un autre domaine dans lequel il est important de diffuser des messages, en se référant à la résolution 48/13 du Conseil des droits de l'homme, qui porte sur le droit à un environnement sain. Le travail spécifique du rapporteur spécial sur la biodiversité et les droits de l'homme peut éclairer l'élaboration des messages.]

[36. L'intégration avec les droits de la Terre mère et la jurisprudence concernant la Terre qui applique les droits de la Terre mère est importante également.]

## V. PUBLICS

37. Compte tenu de l'audience mondiale de la Convention, il est important d'identifier les segments d'audience, de lier les communications à leur intention aux différents objectifs de la stratégie et de concevoir des messages en conséquence, en tenant compte des différences culturelles en termes de langage et d'image. Il est important de noter que les groupes d'audience ci-dessous seront à la fois des publics recevant des messages et des groupes qui transforment et/ou transmettent des messages à d'autres cibles secondaires.

---

<sup>13</sup> Résolution 70/1 de l'Assemblée générale.

<sup>14</sup> Voir le paragraphe 292 de la résolution 72/73 de l'Assemblée générale

38. Notez que certains de ces publics sont des multiplicateurs des messages, et devront adapter la stratégie à leurs besoins. D'autres publics sont visés par les activités de communication.

#### **A. Parties à la Convention sur la diversité biologique et à ses Protocoles, ainsi qu'à d'autres accords multilatéraux sur l'environnement pertinents**

39. La Convention est mise en œuvre au niveau national par les gouvernements nationaux, et par conséquent, le travail de la Secrétaire exécutive concernant cette audience est de fournir des outils à utiliser par les correspondants de la Convention et de ses Protocoles lorsqu'ils élaborent leurs stratégies pour atteindre les ministères et les départements gouvernementaux et construire des coalitions régionales ou nationales de communication et d'éducation. Il s'agit d'assurer l'intégration de la biodiversité dans le travail d'autres secteurs, notamment l'éducation formelle, non formelle et informelle.

40. Les gouvernements infranationaux, les villes et les autres autorités locales qui planifient, coordonnent, réglementent, surveillent et appliquent les modes de production et de consommation, devront réaliser les objectifs en matière de biodiversité fixés dans le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020. C'est au niveau local que les gouvernements infranationaux et les autres autorités locales, y compris les villes, ont des capacités réelles pour entreprendre la mise en œuvre et assurer un changement transformateur. Elles constituent à la fois un public important, mais aussi des diffuseurs essentiels d'informations à leurs habitants.

41. Les Parties doivent adapter au contexte du pays les activités de communication et d'éducation afin de soutenir un accès à l'information et une sensibilisation conformes aux politiques requises pour mettre en œuvre le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 à l'échelon national. Par conséquent, tous les messages et la structure devront être alignés sur les priorités nationales. [Des coalitions politiques comme le Pacte des leaders pour la nature, la Coalition de haute ambition pour la nature et les peuples et l'Alliance mondiale pour les océans pourraient élaborer des actions de communication conjointes et une éventuelle coopération régionale.]

#### **B. Audiences spécialisées de la Convention**

42. Bien que les Parties soient le principal objectif de la Convention, il existe un certain nombre d'autres acteurs et parties prenantes qui apportent un soutien aux Parties ou qui ont un rôle à jouer dans la mise en œuvre de la Convention. Comme ces acteurs ne sont pas des Parties, les communications qui leur sont adressées auront un caractère différent. Toutefois, lorsque ces acteurs mènent des activités de soutien au niveau national ou régional, ils peuvent être inclus dans ces campagnes.

43. Les partenaires du système des Nations Unies qui participent aux travaux de la Convention, ainsi que d'autres organisations régionales, sont également essentiels. Ces acteurs ne se contenteront pas de communiquer sur le travail de la Convention, mais profiteront également de l'occasion pour promouvoir leur propre travail et sa pertinence pour le programme de développement durable. Des enseignements peuvent être tirés des précédentes campagnes des Nations Unies, telles que #GenerationRestoration, #CleanSeas, #DontChooseExtinction, etc. Le département des communications mondiales des Nations Unies sera invité à créer un groupe de communication sur la biodiversité, qui travaillera avec la Secrétaire exécutive, afin de coordonner les communications dans l'ensemble du système. La Division de la communication du PNUE sera également invitée à créer un point focal dédié à la communication. L'UNESCO sera invitée à apporter son expertise en matière d'éducation, de science et de culture.

44. Les accords multilatéraux sur l'environnement, tant ceux qui sont directement liés à la biodiversité que ceux qui traitent d'autres questions, seront d'importants multiplicateurs et lieux de coordination. À cette fin, le groupe de liaison conjoint et le groupe de liaison des conventions liées à la biodiversité<sup>15</sup> et le groupe

---

<sup>15</sup> La Convention sur la diversité biologique, la Convention sur la conservation des espèces migratrices appartenant à la faune sauvage, la Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction, le Traité international sur les ressources phytogénétiques pour l'alimentation et l'agriculture, la Convention de Ramsar sur les zones humides, la Convention sur le patrimoine mondial, la Convention internationale pour la protection des végétaux, et la Commission baleinière internationale.

de gestion de l'environnement des Nations Unies devraient être invités à veiller à ce que la communication soit un point permanent de leurs ordres du jour annuels et des correspondants devraient être désignés.

45. Les muséums d'histoire naturelle et de sciences, les jardins botaniques et les systèmes nationaux d'aires protégées, ainsi que les zoos et les aquariums sont d'autres groupes dont le travail est essentiel pour la Convention, tant en termes d'actions de conservation spécifiques que de recherche et de sensibilisation à la biodiversité. [Les grandes associations, telles que l'Association mondiale des zoos et aquariums, l'Association européenne des zoos et aquariums, Botanic Gardens Conservation International (BGCI) et le Réseau européen des centres et musées scientifiques (ECSITE), entre autres, seront invitées à coordonner les communications. La Coalition mondiale « Unis pour la biodiversité », coordonnée par la Commission européenne depuis mars 2020, rassemble toutes ces institutions et organisations. Elle est également ouverte aux centres de recherche et aux universités du monde entier, aux réserves naturelles et aux zones protégées, ainsi qu'aux musées de toute catégorie, tels que les musées d'art, d'architecture ou d'histoire, afin de rassembler toutes les institutions mondiales montrant l'importance de la nature pour l'humanité.]

46. Les grandes ONG internationales dotées de bureaux nationaux sont également des acteurs importants à prendre en compte. Elles peuvent retransmettre les messages de la stratégie et fournir des modèles de référence pour promouvoir les bonnes pratiques liées à la conservation, à l'utilisation durable et au partage équitable des avantages. Le secrétariat et les Parties à la Convention ont une longue expérience de collaboration avec ces organisations.

47. Les communautés financières et commerciales sont des publics extrêmement importants à cibler dans les efforts de communication. En tant qu'utilisateurs importants de la biodiversité et des services écosystémiques, dont les activités ont un impact direct et indirect sur la biodiversité, la capacité des entreprises à soutenir la consommation et la production durables sera cruciale pour la réalisation des objectifs de la Convention. Dans ce contexte :

a) Le lien entre la conservation et l'utilisation durable de la biodiversité pour les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) est important;

b) Les arguments commerciaux et financiers en faveur de la biodiversité constituent une base solide pour la communication;

c) 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 également un élément important;

[d) Les initiatives, associations, coalitions et réseaux existants dirigés par des entreprises, tels que le Partenariat mondial pour les entreprises et la biodiversité, Business4Nature, Finance for Biodiversity et le groupe de travail sur les informations financières liées à la nature, seront des multiplicateurs clés pour atteindre ces publics.]

48. Les organisations mondiales, régionales et nationales qui s'occupent ou sont responsables de l'éducation et de l'apprentissage, comme l'éducation à l'environnement, l'éducation à la durabilité, l'éducation à la nature, l'éducation à la conservation et à l'utilisation durable, et l'éducation mondiale, jouent un rôle clé dans l'apprentissage. Par conséquent, les organisations d'enseignement, allant des écoles aux universités, mais aussi les établissements d'enseignement permanent et continu, les autorités et les décideurs du secteur éducatif sont des acteurs pertinents pour atteindre les objectifs de la Convention.

### **C. Les peuples autochtones et communautés locales**

49. La collaboration avec les peuples autochtones et les communautés locales est très importante pour veiller à informer de leur rôle dans la conservation et l'utilisation durable de la biodiversité, [en suivant des approches cosmobiocentriques] et pour montrer comment leurs activités contribuent à la mise en œuvre de la Convention et d'autres conventions liées à la biodiversité, sur la base de leurs propres systèmes de connaissances. À cet égard, la communication devrait permettre aux peuples autochtones et aux communautés locales de faire connaître leurs perceptions de la [Terre mère] nature ainsi que leurs connaissances et pratiques traditionnelles liées à la conservation de la biodiversité dans le cadre de la mise en œuvre régionale et nationale de la Convention.

50. Les travaux des peuples autochtones et les communautés locales devraient également être considérés comme une source importante de pratiques et d'approches éducatives pour la conservation de la biodiversité, son utilisation durable et le partage équitable des avantages. À cet égard, la communication devrait chercher à valoriser, promouvoir et communiquer [des approches cosmobiocentriques,] les systèmes de connaissances traditionnelles liées à la conservation et à l'utilisation durable de la biodiversité aux niveaux local, national, régional et mondial [, et l'importance de la reconnaissance des droits de la Terre mère]. Ceci devrait se faire en coordination avec les représentants des peuples autochtones et des communautés locales et dans le cadre de consultations, en vue d'obtenir un consentement préalable donné en connaissance de cause, un consentement préalable donné librement et en connaissance de cause ou une approbation et une participation des peuples autochtones et des communautés locales, et dans le respect des conditions d'utilisation de toutes les connaissances et pratiques traditionnelles.

51. A cet égard, les stratégies mondiales et nationales devraient contribuer à l'élaboration des éléments de cette stratégie, y compris des outils et des messages qui peuvent être traduits dans les langues et les contextes locaux.

#### **D. Les femmes**

52. Les femmes étant des acteurs clés de la conservation et de l'utilisation durable des ressources, une attention particulière doit être accordée à l'intégration de la dimension de genre dans toutes les activités. Le travail effectué dans le cadre de la stratégie de communication devrait compléter et s'inspirer du plan d'action pour l'égalité des sexes après-2020 au titre de la Convention sur la diversité biologique, conformément à la décision 15/--. L'entité des Nations Unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes (ONU-Femmes) est un acteur important avec lequel une collaboration et une coordination peuvent être entreprises au niveau international. Les considérations de genre doivent rester au centre de tous les documents et messages.

#### **E. Les jeunes**

53. Les jeunes, y compris leurs organisations et leurs représentants, sont à la fois des publics clés et des partenaires puissants dans la création et la réalisation des activités d'une stratégie de communication. Il est possible d'atteindre ces acteurs importants dans le cadre des activités menées à l'échelle du système des Nations Unies relatives à la jeunesse, notamment YOUNGO, du Réseau mondial des jeunes pour la biodiversité et de ses sections nationales, ainsi que d'autres initiatives, telles que la Décennie des Nations Unies pour la restauration des écosystèmes et le Groupe consultatif de la jeunesse sur les changements climatiques auprès du Secrétaire-général des Nations Unies.

#### **F. Le grand public**

54. S'il est vrai que la communication vise un public mondial et devrait englober tout le monde, il est également certain que le concept d'un public unique auquel tous les messages pourraient être adressés est trop simpliste et qu'il existe certaines différences importantes entre les segments de public. Le " public " se compose de plusieurs segments d'audience différents selon le pays, la culture, le sexe, le niveau socio-économique, l'éducation, l'expérience, l'âge et les langues, chacun nécessitant une approche ciblée.

55. La segmentation la plus importante du public est niveau national. La compréhension de la biodiversité, des fonctions environnementales et des services écosystémiques, ainsi que leur pertinence pour le grand public, sont fortement influencées par les circonstances nationales et infranationales et les « narratifs » nationaux sur le rapport entre les populations et la nature, et sur la manière dont ils bénéficient de la biodiversité. Les initiatives en faveur de l'engagement du public doivent être élaborées au niveau national, sur la base d'un récit global.

56. Les campagnes de sensibilisation, l'éducation et les médias - radio, télévision et presse écrite, et les médias sociaux en particulier sont les principaux moyens d'atteindre le public. Ainsi, les médias doivent être perçus comme des relais multiplicateurs et des canaux, comme indiqué ci-dessous.

57. Il est important de faire participer le secteur des arts et de la culture, afin de stimuler de nouvelles formes de créativité et d'imagination humaine susceptibles de promouvoir le type de changement

transformationnel nécessaire. L'art et les nouveaux paradigmes culturels peuvent devenir des outils puissants de transformation des intentions.

### G. Les médias

58. Les plateformes, organisations et représentants de médias sont essentiels. Les médias de toutes les régions doivent être sollicités. Les grandes agences de presse, les chaînes de journaux nationales et les grands conglomérats de médias doivent être mobilisés. Les partenariats avec les médias doivent être explorés aux niveaux international et national. Ces partenariats pourraient inclure la création d'un ensemble de reportages et de capsules d'information réguliers, ainsi que la création d'une bibliothèque partagée de séquences "B-roll", assortie de droits de source ouverte.

59. La mobilisation d'associations de journalistes qui se concentrent sur la biodiversité et d'autres questions environnementales devrait être une priorité, notamment le Réseau du journalisme de la Terre et la Société des journalistes de l'environnement. En travaillant avec les journalistes, il conviendra d'accorder une importance particulière à un travail mené avec des journalistes qui représentent des peuples autochtones et des communautés locales, des femmes et des jeunes.

60. Outre les organismes d'information, il convient d'étudier la possibilité de travailler avec des organismes de production cinématographique et télévisuelle. Il convient d'encourager la production de films pour la télévision et les plates-formes de diffusion en continu qui mettent en lumière les différentes questions relevant du cadre mondial de la biodiversité. En échange de leur couverture, les agences peuvent être libres d'utiliser les marques du cadre mondial de la biodiversité. Il convient d'explorer les grandes maisons de production mondiales, telles qu'Amazon, BBC Natural History, Disney Nature, Icon Productions, National Geographic et Netflix. En outre, les maisons de production régionales devraient être approchées, entre autres.

61. Les festivals de films devraient être encouragés dans le monde entier. Jackson Wild (anciennement le Jackson Hole Wildlife Film Festival), l'International Wildlife Film Festival et Wildscreen pourraient proposer des vidéos sur le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020. D'autres festivals du film internationaux et régionaux dans toutes les régions des Nations Unies devraient être encouragés à créer des catégories de films relatifs aux actions en faveur de la nature. La possibilité d'organiser un festival du film lors de chaque réunion de la Conférence des Parties devrait être examinée. Il faudrait également envisager la tenue d'un festival du film qui coïnciderait avec les célébrations annuelles de la Journée internationale de la biodiversité.

## VI. IMAGE DE MARQUE

62. Le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 devrait être associé à une image de marque mondiale claire, extensible à d'autres contextes (nationaux, infranationaux, locaux), et assortie de conditions d'utilisation et de droits de propriété simples. Cette image de marque pourrait être présentée selon les éléments suivants : voix, identité, promesse, valeurs, ciblage et positionnement de la marque, comme indiqué dans le tableau 2.

**Tableau 2. Éléments de l'image de marque**

Voix	Le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 est la concrétisation des efforts et des aspirations de la communauté mondiale en faveur d'une vie en harmonie avec la nature.
Identité	L'aspect visuel, notamment la palette, le logo, les polices de caractères et les règles visuelles, devra refléter la voix, la diversité de la vie, et inclure des représentations humaines et s'aligner sur les préférences culturelles. Cette identité devra être utilisée tout au long de la période de mise en œuvre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020.

Promesse	La Vision 2050 pour la biodiversité et la mission 2030 représentent la promesse de la marque.
Valeurs	Les valeurs de la marque reflèteront les objectifs de la convention et les principes des Nations Unies.
Ciblage	La portée globale du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 étant mondiale, l'image de marque devra être adaptée aux différents publics.
Positionnement	Le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 sera présenté en tant que cadre pertinent pour des multiples initiatives sur la biodiversité, à l'appui du Programme 2030 et ses Objectifs de développement durable, de la Décennie des Nations Unies pour la restauration des écosystèmes, des conventions relatives à la diversité biologique, de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques et de la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification.

63. La création de l'image de marque sera effectuée après la fin des négociations sur le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020. Elle sera dirigée par la Secrétaire exécutive, en consultation avec le CEPA-IAC, le Département de la communication mondiale des Nations Unies, la Division de la communication du PNUE et le mécanisme de coordination ouvert décrit ci-dessous. Une entreprise spécialisée en communication au niveau mondial devrait être engagée pour l'assister dans cette tâche.

## **VII. MÉCANISME DE COORDINATION À SOURCE OUVERTE, CANAUX ET MULTIPLICATEURS**

64. Si les grandes lignes de la stratégie seront maintenues à l'étude conformément au mandat défini dans la section III ci-dessus, la mise en œuvre de la stratégie de communication au niveau mondial bénéficiera d'un mécanisme de coordination ouvert. Pour être efficace, la participation à un tel mécanisme devra être peu coûteuse, les membres étant libres de participer à certains éléments et pas à d'autres. Le principe de source ouverte devrait régir le partage des produits par le groupe, l'inclusivité, la transparence et la neutralité étant des éléments essentiels.

65. La participation au mécanisme sera volontaire, ouverte à tous les acteurs qui s'engagent à participer de manière transparente et à adhérer au principe du travail en source ouverte, et qui contribueront à la mise en œuvre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020. Les représentants des gouvernements nationaux et infranationaux sont encouragés à participer, tout comme les représentants des organisations intergouvernementales, des ONG et autres acteurs de la société civile, des entreprises, des jeunes, des peuples autochtones et des communautés locales, ainsi que des femmes. Le mécanisme n'aura pas de pouvoir décisionnel officiel.

66. Au niveau national, les Parties seront libres de créer des mécanismes selon les besoins. Ces mécanismes devront être inclusifs et transparents et assurer la participation pleine et effective de tous les acteurs et parties prenantes concernés, y compris les peuples autochtones et les communautés locales, les jeunes et les femmes.

### **A. Médias sociaux**

67. La stratégie devra tirer parti des médias sociaux existants et des nouvelles technologies. Il n'est pas utile de dresser une liste exhaustive des technologies à utiliser, étant donné que les plateformes de ces dernières varient selon les régions et que le rythme d'évolution dans le domaine des médias sociaux est tel que la pertinence de certaines plateformes diminue au fil du temps. Néanmoins, la mise en œuvre de cette stratégie devrait s'appuyer sur les plateformes et les technologies les plus récentes, y compris dans le cadre de partenariats. La sécurité des données et la protection de tous les droits à la vie privée des utilisateurs, tels que couverts par différentes législations, doivent être prises en compte.

68. Une liste de hashtags et de mots-clés communs doit être créée, pour chaque plateforme, afin de regrouper efficacement les discussions en faveur du cadre mondial de la biodiversité. Ces éléments doivent être alignés sur les messages décrits ci-dessus, et traduits dans d'autres langues. Cette liste devrait être créée pour la première réunion de coordination, immédiatement après la quinzième réunion de la Conférence des Parties.

69. Il convient d'établir des partenariats avec des organisations de médias sociaux, telles que Google, Meta, WeChat, Weibo, Twitter et LinkedIn, afin de mettre en évidence les messages et les progrès concernant le cadre mondial dans les campagnes et autres activités de sensibilisation.

## **B. Événements**

70. Les événements constituent d'importantes opportunités de communication, grâce auxquelles les messages peuvent être diffusés à une variété de publics, dans un environnement qui est généralement riche en médias et qui concerne de nombreuses communautés. Il s'agit notamment des réunions suivantes :

- a) La Conférence des Parties à la Convention sur la diversité biologique;
- b) La Conférence des Parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques ;
- c) La Conférence des Parties à la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification;
- d) La Commission océanographique intergouvernementale de l'UNESCO;
- e) Les Conférence des Parties aux autres conventions relatives à la biodiversité;
- f) La Plateforme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques (IPBES);
- g) L'Assemblée générale des Nations Unies;
- h) Le Forum politique de haut niveau des Nations Unies sur le développement durable;
- i) [Le Congrès mondial de la nature de l'UICN;]
- j) L'Assemblée des Nations Unies pour l'environnement;
- k) Le Forum économique mondial;
- l) Le G7 et le G20;
- [m) Des évènements régionaux sur des thèmes environnementaux et des bulletins d'information régionaux.]

71. Les événements nationaux pouvant avoir un lien avec le programme en faveur de la biodiversité représentent également d'importantes opportunités de communication. Les célébrations culturelles nationales ou les fêtes de l'indépendance pourraient également permettre de souligner les liens entre la biodiversité et l'identité nationale.

72. Les journées internationales des Nations Unies et autres événements représentent également des possibilités de mettre en avant et célébrer la Convention. Les messages doivent être alignés de manière à montrer comment la mise en œuvre de la Convention peut contribuer aux objectifs de ces événements. Parmi les journées les plus importantes à considérer, citons les suivantes : La Journée mondiale des zones humides, la Journée mondiale de la vie sauvage, la Journée mondiale de l'eau, la Journée internationale des forêts, la Journée internationale de la femme, la Journée mondiale de la santé, l'Heure de la Terre, la Journée des océans, la Journée de la Terre, la Journée de la Terre nourricière, la Journée du dépassement de la Terre, la Journée mondiale de l'environnement, la Journée mondiale de la lutte contre la désertification, la Journée mondiale des villes, la Journée mondiale des sols et la Journée mondiale de l'alimentation.

73. La Journée internationale de la diversité biologique, le 22 mai de chaque année, devrait également être un événement extrêmement important sur lequel il faut communiquer. Sur la base du thème déterminé

par la Secrétaire exécutive, les acteurs nationaux devraient profiter de cette journée pour exprimer leurs visions et leurs actions nationales.

### **C. Champions, messagers de la paix et ambassadeurs de bonne volonté**

74. Un programme de « Champions du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 » devrait être créé en vue de célébrer les réussites et inspirer des actions en faveur du cadre. Le programme des champions devrait prévoir des récompenses, à l'intention par exemple des particuliers, des jeunes, des organisations, des entreprises et des gouvernements. Les prix seraient décernés chaque année à l'occasion de la Journée internationale de la biodiversité. Un sponsor en mesure de financer cette récompense devrait être identifié, ainsi qu'un partenaire médiatique mondial. Les récompenses seraient attribuées sur les recommandations d'un panel comprenant des représentants du PNUÉ, de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, du PNUD, de l'IPBES, du Forum économique mondial, [du WWF et de l'UICN,] ainsi que de la Secrétaire exécutive, entre autres. Les nominations seront remises à la Secrétaire exécutive.

75. Il faudrait demander aux Nations Unies de créer un messager de la paix pour le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, et de nommer des ambassadeurs de bonne volonté pour chacune des régions des Nations Unies afin de soutenir le cadre mondial. Ces ambassadeurs apporteront leur soutien et diffuseront des messages en faveur du cadre mondial. [Un financement sera fourni au moyen de contributions volontaires des Parties et d'autres acteurs intéressés.]

### **D. Site web à l'appui du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020**

76. Un site web dédié devrait être créé, avec une URL et une identité uniques, en cohérence avec la stratégie de marque ci-dessus. Ce site serait différent du site principal de la Convention, dans le but d'atteindre un public mondial. [L'objectif de ce site Web serait de toucher le public à chaque étape des modèles de changement de comportement autorégulé et de l'orienter vers les ressources les plus adaptées à son parcours individuel, où qu'il se trouve. Il serait étroitement intégré aux campagnes de médias sociaux correspondantes. Il permettrait également de transmettre certaines informations en fonction des pays.]

77. Pour ce faire, il faudra se concentrer dès le début et en permanence sur l'optimisation des moteurs de recherche, l'accessibilité, l'alignement des campagnes de médias sociaux, l'analyse et l'interopérabilité bidirectionnelle avec d'autres sources d'information, tant au sein de la Convention (site Web principal de la Convention, mécanismes nationaux et centres d'échange d'informations, et autres), que par le biais d'InforMEA, et avec les partenaires institutionnels et thématiques. Il pourrait être pertinent d'élaborer des listes de diffusion spécifiques aux pays.

78. Le site Web peut également servir à diffuser les supports médiatiques réutilisables, y compris les ressources publiques et celles réservées aux partenaires. Ces ressources peuvent aussi inclure des liens vers des expositions de muséums, jardins botaniques, zoos et aquariums.

## **VIII. MESSAGES CLÉS**

79. Les messages relatifs au cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 doivent être cohérents avec les messages élaborés précédemment, conformément à la décision XIII/22. Il s'agit notamment des messages relatifs à la Vision 2050 pour la biodiversité, au Programme de 2030 et ses Objectifs de développement durable, [aux solutions fondées sur la nature,] à la Décennie des Nations Unies pour la restauration des écosystèmes, à la Décennie des Nations Unies pour atteindre les Objectifs de développement durable et à la Décennie des Nations Unies pour la science océanographique au service du développement durable, aux conclusions de la cinquième édition des *Perspectives mondiales de la diversité biologique* et de la deuxième édition des *Perspectives locales de la diversité biologique*, et aux messages généraux relatifs à la Convention.

80. Les messages doivent être fondés sur des preuves et être scientifiquement crédibles, en s'appuyant, entre autres, sur les travaux de l'IPBES et ses évaluations mondiales. Il doit également être compatible avec différents systèmes de connaissances, y compris les systèmes de connaissances traditionnelles pertinents des peuples autochtones et des communautés locales.



81. Les messages doivent être adaptés et traduits dans les langues locales, en utilisant les ressources mises à disposition à cet effet.

82. Communiquer l'importance d'un changement transformateur [et d'un changement de comportement] [et de la sensibilisation] sera un élément clé. [Afin d'encourager le changement de comportement, les messages clés tiendront compte des données scientifiques et aborderont les normes, les attitudes, le contrôle comportemental perçu et les intentions comportementales.]

83. Les éléments constitutifs des messages seront les suivants :

a) Dans l'ensemble, les messages doivent communiquer des éléments généraux sur les liens entre les populations et la biodiversité et montrer le lien existant entre les individus et la biodiversité dans presque tous les aspects de la vie;

b) Les messages devraient promouvoir une action immédiate pour mettre un terme à la perte de biodiversité, et encourager l'action des parties prenantes dans le contexte du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 comme moyen d'atteindre cet objectif;<sup>16</sup>

c) Les messages devraient également mettre en évidence l'horizon temporel à plus long terme, notamment la Vision 2050 pour la biodiversité<sup>17</sup>, et le Programme de développement durable pour 2030 [et les objectifs assortis de délais de l'action climatique];

d) [Les messages devraient souligner l'importance de la réduction des inégalités, en appliquant une approche fondée sur les droits humains comme condition importante pour parvenir à la Vision 2050 pour la biodiversité;]

e) Les messages doivent également mettre en évidence le lien entre les objectifs du cadre et les priorités de développement nationales spécifiques, ainsi que les rôles importants des gouvernements locaux et infranationaux dans la réalisation de ces priorités, en montrant comment le développement durable au niveau national passe par l'intégration de la biodiversité;

f) Les messages et les campagnes spécifiques doivent tenir compte des valeurs du public cible et souligner l'importance de la biodiversité et des actions visant à la conserver et à l'utiliser durablement dans le contexte de ces valeurs. Par conséquent, l'étude du public est un élément clé de toute adaptation des messages;

g) Les messages doivent être traduits dans les langues locales, en étant sensible au contexte social et culturel dans lequel s'inscrivent les langues locales;

h) Les messages doivent être inclusifs en ce qui concerne les femmes, et doivent être conformes aux principes du Plan d'action sur l'égalité des sexes;

i) La structure des messages présentée dans le tableau 3 ci-dessous peut éclairer l'orientation des messages. Il est suggéré que tous les acteurs utilisent un ensemble de messages généraux pouvant servir aux campagnes de mobilisation publique et de plaidoyer;

j) Les messages sectoriels seront adaptés à des publics spécifiques. Ils seront élaborés par des organisations qui travaillent dans les secteurs concernés;

k) La structure des messages suivra également le principe de « source ouverte », qui permet de conserver les messages de base tout en donnant la possibilité à différentes organisations de les personnaliser. Ces messages sont également destinés à pouvoir être adaptés aux niveaux national et sous-national;

l) Après la quinzième réunion de la Conférence des Parties, la Secrétaire exécutive organisera [une réunion] [un atelier] avec le CEPA-IAC et d'autres acteurs concernés afin de créer des messages

---

<sup>16</sup> Ce texte sera harmonisé avec la terminologie définitive acceptée dans la décision de la COP 15 sur le cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020.

<sup>17</sup> Conférence des Parties, décision X/2.

détaillés de haut niveau et des directives pour la création de messages. Les Parties seront invitées à transmettre des observations sur les messages;

m) Les Parties, les gouvernements infranationaux, les villes et les autorités locales et d'autres organisations compétentes sont invitées à organiser des ateliers nationaux pour la création de messages.

**Tableau 3. Thèmes pour les messages**

<b>Message principal</b> : En agissant pour la nature/biodiversité, nous pouvons tous créer un monde plus juste, plus sain et plus durable.		
<b>Thème général</b>	<b>Message à l'intention du public</b>	<b>Message à l'intention des décideurs</b>
Nous devons mettre un terme à l'appauvrissement de la biodiversité et garantir un développement durable pour tous	À déterminer	À déterminer
La nature/la biodiversité est essentielle à notre survie sur la planète. Elle importe pour notre prospérité, notre bonheur et notre bien-être, et pour le développement durable.	À déterminer	À déterminer
La nature/biodiversité a une valeur intrinsèque, ainsi que de multiples autres valeurs.	À déterminer	À déterminer
Les crises concernant la nature/biodiversité [et le climat] représentent une menace [existentielle] pour l'humanité [et doivent être gérées de toute urgence et de manière cohérente].	À déterminer	À déterminer
[La bio-innovation est cruciale pour soutenir les initiatives visant à éliminer la pauvreté]	À déterminer	À déterminer
Protéger la nature ne devrait laisser personne de côté	À déterminer	À déterminer
Le monde entier doit coopérer pour lutter contre l'appauvrissement de la nature	À déterminer	À déterminer
L'action pour les populations sous-tend l'action pour la biodiversité	À déterminer	À déterminer
Les plans concernant l'avenir de notre planète doivent être justes, inclusifs et équitables.	À déterminer	À déterminer
Les systèmes économiques et sociaux en place [nécessitent des changements transformateurs pour éviter] poussent la nature et la biodiversité au bord du gouffre	À déterminer	À déterminer
Notre relation [actuelle] [brisée] avec la nature/biodiversité [accroît les risques de transmission de pandémies aux populations][peut augmenter l'apparition d'infections ou de maladies d'origine zoonotique]	À déterminer	À déterminer

**Message principal :** En agissant pour la nature/biodiversité, nous pouvons tous créer un monde plus juste, plus sain et plus durable.

<b>Thème général</b>	<b>Message à l'intention du public</b>	<b>Message à l'intention des décideurs</b>
Des mesures immédiates sont nécessaires pour protéger la santé [actuelle et] future de nos populations et de notre planète	À déterminer	À déterminer
Nous sommes tous responsables de nos actions en ce qui concerne la protection de la planète	À déterminer	À déterminer

## IX. MESURER LES PROGRÈS ACCOMPLIS

84. L'évaluation des progrès de la stratégie doit être liée aux progrès accomplis dans la réalisation des objectifs et cibles du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, ainsi qu'aux mesures traditionnelles de la portée et de l'impact. L'évaluation doit également prendre en compte les changements de valeur importants au fil du temps et évaluer les progrès réalisés en matière [d'accès aux informations pertinentes et de sensibilisation] [de changement de comportement] et la volonté d'agir pour la biodiversité aux niveaux national et mondial.

### A. Campagnes et portée médiatique

85. Au niveau mondial, les partenaires du mécanisme de coordination doivent communiquer à la Secrétaire exécutive les résultats des campagnes et la portée médiatique (y compris celle des médias sociaux). Un outil d'agrégation, semblable à celui accessible sur <https://www.cbd.int/article/people-for-our-planet-aggregator>, peut stimuler les initiatives.

86. Au niveau national, les Parties à la Convention doivent également rassembler les données ci-dessus et les communiquer à la Secrétaire exécutive, ainsi que les inclure dans leurs rapports nationaux.

### B. Lien avec les objectifs

87. La stratégie communiquera les progrès accomplis dans la mise en œuvre du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 en utilisant la série d'indicateurs acceptés dans le cadre de suivi et d'établissement des rapports. Des moyens innovants et à multiples canaux pour communiquer les informations seront élaborés, avec des modalités adaptées pour différentes Parties.

88. Les rapports d'autres organismes et organisations devraient également fournir des informations supplémentaires sur les progrès réalisés. Le *rapport Planète vivante* du WWF, les publications du Forum économique mondial, le *Rapport sur le développement humain* publié par le PNUD et *l'Avenir de l'environnement mondial* du PNUE pourraient tous consacrer des numéros, pendant la période du cadre mondial de la biodiversité, aux résultats obtenus dans le cadre.

## X. RESSOURCES

89. Des ressources seront nécessaires pour soutenir la Secrétaire exécutive et agir au niveau national, en mettant l'accent en particulier sur les besoins des pays en développement, notamment des petits Etats insulaires en développement et des pays à économie en transition. Le niveau requis sera déterminé au fur et à mesure de l'élaboration de la stratégie de communication. Les ressources nécessaires seront notamment les suivantes :

a) La Secrétaire exécutive aura besoin de ressources humaines dans l'unité de communication à l'appui de la stratégie, ainsi que de financements annuels pour la production de matériel d'information. Ces besoins en ressources s'additionnent aux niveaux d'effectifs actuels en personnel du Secrétariat;

b) L'Assemblée des Nations Unies pour l'environnement souhaitera peut-être approuver une enveloppe de fonds à l'usage des divisions du PNUE, notamment la Division de la communication, pour soutenir les contributions du PNUE à la stratégie. Des ressources en faveur de la Journée mondiale de l'environnement et de *l'Avenir de l'environnement mondial* devraient également être mobilisées, le cas échéant, à l'appui de la stratégie;

c) Le Département de la communication mondiale des Nations Unies pourrait souhaiter mobiliser une équipe de communication à l'appui de la stratégie, alignée sur les ressources consacrées aux objectifs de développement durable;

[d) Les gouvernements nationaux souhaiteront peut-être allouer une enveloppe budgétaire pour appuyer la stratégie à l'échelon national, dans le cadre de la mise en œuvre nationale de la Convention sur la diversité biologique;]

e) Les acteurs intéressés du secteur privé, les ONG, les acteurs de la société civile et d'autres entités, telles que la Fondation des Nations Unies, pourraient envisager de créer des fonds pour soutenir la stratégie et créer des mécanismes volontaires à cet effet. Les organisations spécialisées en communication et autres médias pourraient envisager de contribuer bénévolement, le cas échéant;

[f) Le Fonds pour l'environnement mondial devrait être invité à apporter son soutien à la mise en œuvre de la stratégie au niveau national, en accordant une priorité aux pays en développement, notamment [aux pays sans frontières maritimes,] aux petits Etats insulaires en développement et aux pays à économie en transition.]]

---