



Conférence des Parties

Treizième session

Ordos (Chine), 6-16 septembre 2017

Point 2 c) de l'ordre du jour provisoire

**Programme de développement durable à l'horizon 2030 :
incidences pour la Convention des Nations Unies
sur la lutte contre la désertification :**

**Mise en œuvre de la stratégie globale de communication
et de la Décennie des Nations Unies pour les déserts
et la lutte contre la désertification (2010-2020)**

Rapport sur les progrès accomplis dans l'application de la stratégie globale de communication et sur la Décennie des Nations Unies pour les déserts et la lutte contre la désertification (2010-2020)

Note du secrétariat

Résumé

La stratégie globale de communication décrite dans la décision 3/COP.8 pour appuyer la mise en œuvre effective du Plan-cadre stratégique décennal visant à renforcer la mise en œuvre de la Convention (2008-2018) a été à la base des principales activités de communication de la Convention. La durée fixée pour la stratégie globale de communication venant à son terme, il devient nécessaire de disposer d'un cadre de communication révisé qui complétera le cadre stratégique futur de la Convention.

Le présent rapport examine les mesures prises par le secrétariat pour mettre en œuvre la stratégie globale de communication, ainsi que les mesures prises à la suite de l'évaluation indépendante de l'efficacité de la communication de la Convention. Y figurent aussi des recommandations pour examen par la Conférence des Parties à sa treizième session.



Table des matières

	<i>Paragraphes</i>	<i>Page</i>
I. Généralités.....	1–4	3
II. Progrès accomplis dans la mise en œuvre	5–28	3
A. Campagnes et manifestations de sensibilisation	5–7	3
B. Diffusion de l’information	8–9	4
C. Internet et médias sociaux.....	10–15	4
D. Promotion des pratiques optimales : le programme « Terre pour la vie »	16	6
E. Sensibilisation du public et établissement de l’ordre du jour par les médias ..	17–23	7
F. Ambassadeurs des zones arides et célébrités	24–25	8
G. Décennie des Nations Unies pour les déserts et la lutte contre la désertification.....	26–28	9
III. Repositionnement de la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification	29–30	9
IV. Orientations futures après la stratégie décennale	31–34	10
V. Conclusions et recommandations	35–39	10
Annexe		
Besoins financiers liés à la mise en œuvre des activités qui doivent être financées par des contributions extrabudgétaires		12

I. Généralités

1. La stratégie globale de communication a été établie par la décision 3/COP.8 pour appuyer la mise en œuvre effective du Plan-cadre stratégique décennal visant à renforcer la mise en œuvre de la Convention (2008-2018). Elle a été le pivot de la mise en œuvre des principales activités de communication entreprises par le secrétariat depuis son adoption à la neuvième session de la Conférence des Parties.
2. À la douzième session de la Conférence des Parties, celles-ci ont prié le secrétariat : i) d'élaborer un discours de communication convaincant et tourné vers l'action et de structurer ses communications autour de grands thèmes stratégiques, compte tenu de la cible 15.3 de développement durable ; ii) d'extraire des projets de neutralité en matière de dégradation des terres des récits et des témoignages enrichissants sur le plan humain, qui seront valorisés et diffusés dans le cadre du programme « Terre pour la vie » et de ses contenus multimédias, de manière à sensibiliser et à mobiliser le public en faveur de la DDTS, en tirant le meilleur parti des atouts et des compétences techniques de l'Équipe spéciale interorganisations sur la Décennie des Nations Unies pour les déserts et la lutte contre la désertification ; et iii) de continuer de coordonner la mise en œuvre de la stratégie globale de communication et de la résolution de l'Assemblée générale sur la Décennie des Nations Unies pour les déserts et la lutte contre la désertification.
3. Conformément à la décision 4/COP.12, le secrétariat a élaboré le discours de communication général autour de grands thèmes stratégiques, compte tenu de la cible 15.3 des objectifs de développement durable, en vue de faire progresser la mise en œuvre de la Convention et de capter l'attention du grand public au-delà des seuls acteurs traditionnellement impliqués dans celle-ci.
4. En septembre 2015 a été menée une évaluation indépendante de l'efficacité de la communication de la Convention, qui ne visait pas à évaluer la communication de la Convention eu égard à la stratégie globale de communication, mais qui a examiné les activités de communication menées par le secrétariat d'un point de vue extérieur. Le présent rapport porte sur les conclusions et recommandations issues de l'évaluation dans le cadre de l'analyse des activités entreprises par le secrétariat et le Mécanisme mondial. Il rend compte également des mesures prises par le secrétariat et le Mécanisme mondial à la suite de l'évaluation des résultats.

II. Progrès accomplis dans la mise en œuvre

A. Campagnes et manifestations de sensibilisation

5. Célébrée le 17 juin de chaque année, la Journée mondiale de la lutte contre la désertification a gagné en ampleur en 2016, année pour laquelle 87 organisations gouvernementales, intergouvernementales et non gouvernementales ont fait connaître au secrétariat les activités qu'elles avaient entreprises pour célébrer la Journée. Cette augmentation du nombre de rapports est probablement liée aux 100 jours de compte à rebours en ligne ayant précédé la Journée mondiale, pendant lesquels le nombre de consultations sur Twitter et Weibo s'est respectivement élevé à 444 100 et 1 196 700. La page Facebook de la Convention a enregistré une augmentation de 921 « J'aime » durant la campagne et, le 17 juin, le mot-clef #2016WDCD a été le plus suivi sur Twitter. Plus de 380 personnes ont participé à des annonces de contributions et à des concours en ligne durant la campagne. Certains pays, notamment le Brésil et le Portugal, ont célébré le même jour la Journée mondiale et leurs Défenseurs nationaux des zones arides.
6. La célébration internationale de la Journée mondiale et la tenue du dialogue de haut niveau sur l'Initiative conjointe « Belt and Road » de lutte contre la désertification ont été organisées par l'Office forestier d'État de Chine. Parmi les participants de haut niveau, on comptait S. E. M. Wang Yang, Vice-Premier Ministre chinois, S. E. M^{me} Tarja Halonen, ancienne Présidente de la Finlande et Ambassadrice des zones arides, et neuf ministres ou

vice-ministres de huit pays (Argentine, Chine, Kirghizistan, Mongolie, Namibie, Niger, République de Corée et Turquie). Le Secrétaire général de l'ONU a adressé un message vidéo à la célébration, à laquelle ont participé 400 personnes¹.

7. En 2017, la célébration de la Journée mondiale est prévue pour le 15 juin à Ouagadougou, sous les auspices du Ministère burkinabé de l'environnement, de l'économie verte et du changement climatique. À l'heure d'établir le présent rapport, la présence de trois chefs d'État et de 10 ministres était prévue à cette manifestation, qui sera ouverte par S. E. M. Roch Marc Christian Kaboré, Président du Burkina Faso. Un forum ministériel de haut niveau est prévu durant la manifestation sur le thème de la Journée mondiale pour 2017, « Notre terre. Notre demeure. Notre avenir ».

B. Diffusion de l'information

8. Lors de l'évaluation indépendante sur la communication de la Convention, les personnes interrogées ont énuméré leurs moyens préférés pour recevoir des informations. Le courrier électronique occupait la première place, suivi par le site Web et les documents imprimés. Au cours de la période considérée, le secrétariat a renforcé la diffusion de l'information par courrier électronique. Plusieurs bulletins électroniques ont été fusionnés dans la parution bihebdomadaire *UNCCD News Alert* depuis janvier 2017, dans laquelle l'accent est mis sur les informations et les évolutions les plus récentes. Actuellement, plus de 23 000 abonnés suivent *UNCCD News Alert*. Au cours de la période considérée ont également été publiées 17 publications, qui ont toutes été traduites au moins en espagnol et en français, et pour certaines dans d'autres langues de l'ONU.

9. La collection et le catalogue électronique de la bibliothèque de la Convention ont été intégrés dans le Centre d'échange des connaissances (voir ci-dessous) à compter du mois d'octobre 2016.

C. Internet et médias sociaux

10. La principale plateforme de communication de la Convention est son site Web. Selon l'évaluation indépendante, le nombre de mentions de la Convention sur les sites Web d'autres organisations – un indicateur de sa pertinence et de son influence – a plus que doublé entre 2012 et 2015. Il a également été observé une augmentation notable du nombre de références à la Convention sur Internet en relation avec de grands problèmes mondiaux tels que la sécurité alimentaire, les migrations et les changements climatiques.

11. Cela dit, l'évaluation a mis en évidence des faiblesses dans le site Web de la Convention, notamment une faible satisfaction des utilisateurs et une structure peu naturelle compliquant la navigation. L'évaluation a recommandé que le site Web soit refondu d'urgence. En août 2016, le secrétariat a donc entrepris l'élaboration d'un nouveau site, qui a été lancé au mois de novembre de la même année. La migration de l'ensemble de l'ancien site devrait être achevée d'ici à juillet 2017.

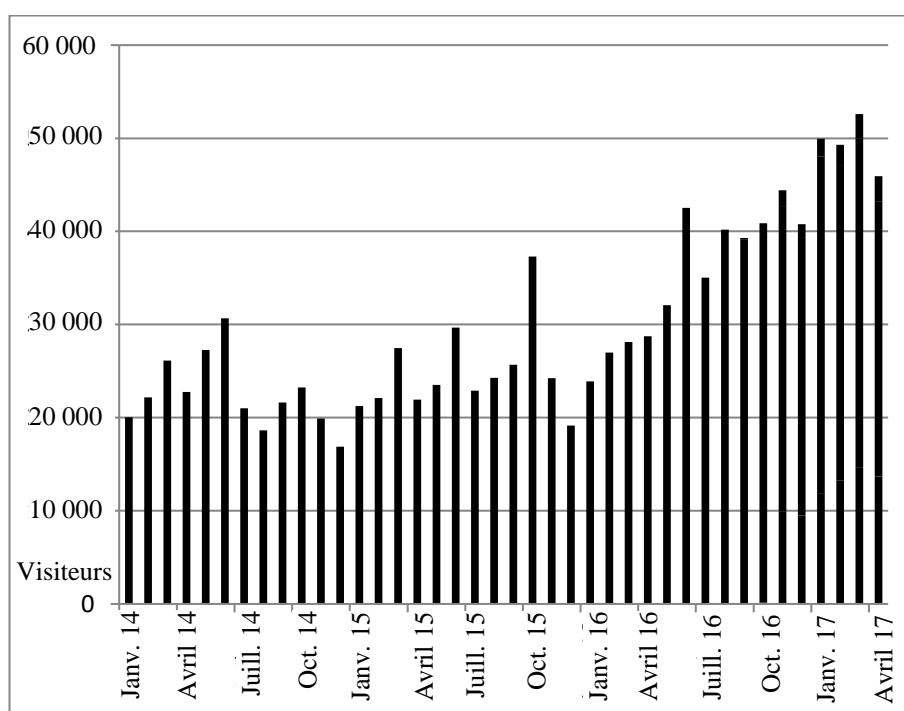
12. Le nouveau site Web comprend les travaux du secrétariat et du Mécanisme mondial, et travaille en étroite collaboration avec le Centre d'échange des connaissances de la Convention, qui a également été lancé en novembre 2016. Le Centre d'échange des connaissances (jusqu'à présent dénommé Portail de partage des connaissances scientifiques) a été renforcé par la décision 20/COP.12, en vue de faciliter et de promouvoir l'accès aux connaissances pertinentes émanant de sources multiples, grâce à Internet, aux téléphones mobiles et à d'autres moyens de communication. On trouvera dans le document ICCD/COP(13)/CST/8 de plus amples informations sur le Centre d'échange des connaissances de la Convention.

¹ Le rapport détaillé de la manifestation célébrant la Journée mondiale est disponible à l'adresse : www.unccd.int/en/programmes/Event-and-campaigns/WDCD/wdcd2016/Pages/Beijing_WDCD_Report.aspx.

13. La figure 1 fait apparaître l'évolution du nombre de visiteurs uniques depuis janvier 2014. Les chiffres diffèrent de ceux des précédents rapports de la Conférence des Parties sur le même sujet, étant donné que lesdits rapports avaient été établis à l'aide du système de gestion de contenus SharePoint qui était associé à l'ancien site Web de la Convention. Dans la figure 1, les statistiques ont été produites à l'aide de Google Analytics, qui offre des informations plus détaillées. Toutefois, en raison des limites de la communication de Google, ces statistiques ne prennent pas en compte tous les visiteurs du site Web de la Convention. Néanmoins, la figure 1 fait apparaître l'augmentation du nombre de visiteurs depuis le lancement du nouveau site. L'augmentation substantielle du nombre des visites après novembre 2015 est principalement imputable à la page Web de la Plateforme pour le renforcement des capacités.

Figure 1

Visiteurs du site Web de la Convention entre janvier 2014 et mars 2017

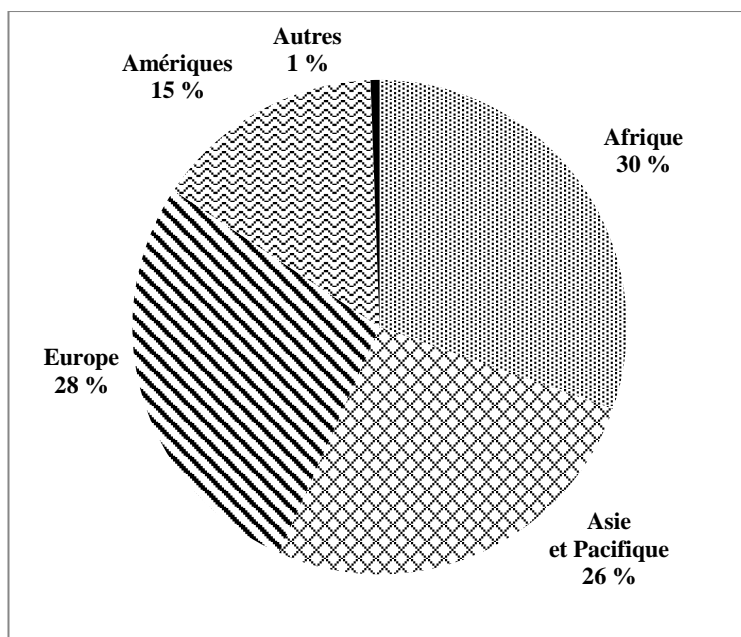


14. Il ressort de la figure 2 que l'Afrique compte le plus grand nombre d'utilisateurs, suivie de l'Europe et de l'Asie et du Pacifique². Une autre analyse montre que les cinq premières villes à partir desquelles est consulté le site Web de la Convention sont toutes situées en Afrique.

² Il convient de noter les limites de Google Analytics, dues à sa politique de communication.

Figure 2

Pourcentages d'accès au site Web de la Convention par continent, tel qu'enregistré par Google Analytics



15. Le rapport d'évaluation révèle une forte augmentation de l'activité des médias sociaux, mais à partir d'un niveau très bas, le nombre de « J'aime » sur Twitter et Facebook augmentant d'environ 400 % et 550 % respectivement entre 2012 et 2015. Le tableau ci-dessous montre l'augmentation de la fréquentation des médias sociaux de la Convention de juin 2015 à mai 2017. L'audience enregistrée sur les médias sociaux était de 444 100 pour Twitter et de plus d'un million pour Weibo au cours des périodes de campagnes en ligne telles que la campagne d'e-Forum intitulée « Empowering Youth through Green Jobs » (Autonomisation des jeunes au moyen d'emplois verts) et la campagne de la Convention intitulée « Land for Life Youth Social Media Activists Challenge : Are you the One? » (Concours Terre pour la vie des jeunes militants actifs sur les réseaux sociaux : Serez-vous l'élu ?). Le nombre d'abonnés connectés lors de la campagne « Tweets » a atteint 6 437, et des partenariats avec les organisations de la société civile et d'autres organisations des Nations Unies ont également augmenté le niveau de sensibilisation. L'influence sociale moyenne par mois depuis janvier 2017 atteint 90 000.

Tableau

Fréquentation des médias sociaux

Média social	Fréquentation en juin 2015	Fréquentation en mai 2017	Augmentation approximative
Facebook	13 504 « J'aime »	17 604 « J'aime »	30,4 %
Twitter	6 328 abonnés	13 041 abonnés	106,1 %
Weibo	33 760 abonnés	34 933 abonnés	3,5 %

D. Promotion des pratiques optimales : le programme « Terre pour la vie »

16. Au cours de l'examen du programme de travail de 2015, le programme « Terre pour la vie » a été rétabli et fonctionne désormais suivant deux grandes composantes : i) le prix Terre pour la vie ; et ii) l'appui à la sensibilisation et à la connaissance. Le prix suscite beaucoup d'intérêt de la part du public, des organisations de la société civile et des coordonnateurs nationaux de la Convention chargés de rechercher des candidats, en

particulier durant le processus de nomination. Il joue un rôle important en faisant connaître la Convention ainsi qu'en permettant de recenser les bonnes pratiques en matière de gestion durable des terres.

E. Sensibilisation du public et établissement de l'ordre du jour par les médias

17. Le principal moyen de communication de la Convention avec les médias a été la base de données de médias, qui est passée de 1 000 abonnés en 2009 à plus de 4 000 à la fin de l'exercice biennal. D'après les retours d'information du système, les documents diffusés dans les médias sont lus par environ 20 % des abonnés. Au cours de la période considérée, cette communication a été renforcée par des partenariats et une coopération avec d'autres partenaires des Nations Unies et des partenaires intergouvernementaux, en particulier le Programme des Nations Unies pour l'environnement, la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques et le Département de l'information de l'ONU. La communication stratégique se poursuit au moyen de liens établis avec des journalistes travaillant pour des médias ou des agences de presse de notoriété mondiale, notamment Reuters, Inter-Press Service, SciDev, Xinhua et La Prensa. Pour l'exercice biennal, les principales cibles ont été les responsables et décideurs politiques, les chefs d'entreprise, les organisations non gouvernementales et les acteurs du développement.

18. Le secrétariat diffuse chaque année au moins 30 documents à l'intention des médias, y compris des tribunes libres et des entretiens. Il a pris la décision stratégique de transformer les messages publiés à propos des Journées des Nations Unies en tribunes qui sont ensuite affichées sur le site Web de la Convention. Cela a permis aux messages du secrétariat d'être publiés sur diverses plateformes et de toucher ainsi de nouveaux secteurs du public.

19. La Convention a conclu un partenariat avec l'agence Inter-Press Service afin d'orienter la communication sur la neutralité en termes de dégradation des terres vers un lectorat et des plateformes spécialisés au niveau national, des catégories auxquelles le secrétariat n'avait pas accès. Inter-Press Service a produit une série de reportages qui ont été diffusés largement par divers canaux, des abonnés à divers médias du monde entier ayant reproduit ces articles sur leurs propres plateformes ; des bulletins d'information comptant plus de 200 000 abonnés ; et des médias sociaux totalisant jusqu'à 500 000 abonnés. Selon leur thème, les reportages ont ensuite été traduits en allemand, espagnol, finlandais, français, néerlandais, portugais, suédois ou swahili. Le partenariat avec Inter-Press Service, qui est la plus importante agence de presse des pays en développement, a permis à la Convention de diffuser ces reportages dans les pays en développement. Par exemple, les reportages sur la sécheresse à Sri Lanka ou sur l'autonomisation des femmes en Éthiopie ont été repris par des médias spécialisés des Amériques et des Caraïbes, et la tribune publiée à l'occasion de la Journée internationale de la femme a également été diffusée dans le monde entier par plus de 100 médias pour chacune des versions anglaise, espagnole et française.

20. Deux sessions de formation à l'intention des médias ont été organisées au cours de l'exercice biennal. Inter-Press Service, en collaboration avec le secrétariat de la Convention et la United Nations Foundation, a organisé les 25 et 26 octobre 2016, à Bonn (Allemagne), un atelier de renforcement des capacités à l'intention des médias, de la société civile et des universitaires ainsi que de responsables et stagiaires de l'ONU. Le thème principal portait sur les objectifs de développement durable et l'accent y était mis sur la désertification, la sécheresse et les changements climatiques. Y ont assisté 70 participants, dont certains ont publié des articles sur la manifestation. La Hongrie a également organisé, du 11 au 14 avril 2017, en Géorgie, avec l'appui de l'Office allemand de la coopération internationale et en collaboration avec le secrétariat de la Convention, un atelier de formation d'une semaine à l'intention des médias, qui avait pour objectif de créer un pool de journalistes capables d'écrire sur la dégradation et l'érosion des terres et sur les problèmes relatifs à l'environnement dans le sud du Caucase.

21. Globalement, le nombre de mentions de la Convention dans la presse en ligne et audiovisuelle a presque doublé au cours des trois dernières années, une augmentation accompagnée d'une bonne répartition géographique, y compris des tribunes libres dans de grandes publications internationales. L'une des principales réalisations de l'exercice biennal a été la production d'un film par le *National Geographic*, dans lequel l'accent est mis sur les effets combinés de la désertification et des changements climatiques dans la région du Sahel en matière de migration dans la région et vers l'Europe. Cette initiative et ce partenariat ont suscité un intérêt sans précédent parmi d'autres médias mondiaux, tels que la BBC, Al-Jazeera et *Le Monde*, qui ont également rendu compte de la question au cours de la même période. Autre fait sans précédent, le *New York Times* a publié sur le film trois tribunes d'opinion ainsi qu'un article à sa Une.

22. La Convention fait l'objet de demandes de plus en plus fréquentes d'entretiens ou de contributions de la part de journaux, de magazines et de publications lus par le public des pays développés. Un nombre sans précédent de demandes provient de Parties impliquées dans le Programme de fixation des objectifs dans le domaine de la neutralité en matière de dégradation des terres en vue de renforcer les capacités des journalistes au niveau national pour qu'ils soient en mesure de renforcer la sensibilisation à la neutralité en matière de dégradation des terres et, à l'avenir, de relater les expériences réussies et les bonnes pratiques. Les réunions et manifestations officielles de la Convention sont également devenues des opportunités stratégiques pour d'autres organisations intergouvernementales qui cherchent à toucher le grand public. Des questions nouvelles, telles que les migrations, la crise énergétique et la sécheresse ont fourni des occasions stratégiques d'informer le public.

23. Parmi les principales mesures permettant d'améliorer la communication avec les médias destinés au grand public, on peut citer : i) l'accès à des données scientifiques et des travaux de recherche rigoureux sur des questions nouvelles ; ii) un message recentré donnant la priorité aux êtres humains plutôt qu'à la terre³ et promouvant la Convention en tant qu'institution offrant ce que les gens souhaitent et recherchent ; iii) la fourniture de produits stratégiques de la Convention sur les lieux où se rassemblent les principaux acteurs ; et iv) l'élaboration d'un concept et d'une image emblématiques associés à la Convention et incitant les citoyens à agir. Par exemple, la formule « Growing a world wonder » (Faire pousser une merveille du monde) élaborée par le Mécanisme mondial a fait de l'Initiative pour une grande muraille verte au Sahara et au Sahel, qui était jusque-là la risée des médias, un partenariat très recherché.

F. Ambassadeurs des zones arides et célébrités

24. Au cours de la période considérée, les Ambassadeurs des zones arides ont apporté leur aide : i) en participant aux célébrations de la Journée mondiale de 2016 sur les médias sociaux et partout dans le monde ; ii) en organisant au Siège de l'ONU l'exposition « Save the Earth, Save the Land » (Sauver la Terre, sauver les terres), qui a été inaugurée par l'ancien Secrétaire général de l'Organisation des Nations Unies, M. Ban Ki-moon ; et iii) en participant à des manifestations nationales en tant qu'orateurs principaux ou intervenants.

25. Étant donné que la plupart des Ambassadeurs actifs prodiguent leurs services à leurs propres frais, le programme des Ambassadeurs des zones arides n'est pas nécessairement géré conformément à une stratégie déterminée par la demande. Il peut être nécessaire d'examiner le programme d'un point de vue différent pour saisir tous les avantages qu'offre l'appui de ces personnalités publiques très estimées dans la perspective du futur cadre stratégique.

³ Le principe fondamental des médias nationaux et mondiaux : « S'il y a du sang, c'est important ».

G. Décennie des Nations Unies pour les déserts et la lutte contre la désertification

26. Dans la décision 4/COP.12, il est demandé au secrétariat d'extraire des projets de neutralité en matière de dégradation des terres des récits et des témoignages enrichissants sur le plan humain, qui seront valorisés et diffusés de manière à sensibiliser et à mobiliser le public en faveur de la DDTS, en tirant le meilleur parti des atouts et des compétences techniques de l'Équipe spéciale interorganisations de la Décennie des Nations Unies. En 2016, le secrétariat a adressé deux appels officiels aux parties prenantes à la Convention leur demandant de soumettre des récits enrichissants sur le plan humain. Il a également invité les membres de l'Équipe spéciale interorganisations à soumettre des récits issus de leur domaine d'activité et des témoignages de personnes ayant bénéficié de ces projets ou activités.

27. Avec l'appui financier de l'initiative TerrAfrica de la Banque mondiale, les récits soumis ont été publiés en anglais et en français dans la série *La terre, source de vie : Créer de la richesse, transformer des vies*, dans lesquels l'accent est mis sur les avantages de la gestion durable des terres et de l'eau pour la sécurité humaine, sur les thèmes fondamentaux de l'adaptation aux changements climatiques, la fin des migrations forcées, l'élimination de la pauvreté et la création de richesses. Environ 300 exemplaires imprimés ont été diffusés à la quinzième session du Comité chargé de l'examen de la mise en œuvre de la Convention par les partenaires et en ligne. Cette initiative a produit environ 100 photographies de grande qualité illustrant la régénération des terres en Afrique et en Asie, qui ont été reprises dans des publications la Convention. À la suite d'un film de dix minutes produit à la douzième session de la Conférence des Parties ont été produites une vidéo de trois minutes diffusée sur les médias sociaux et une émission de vingt-sept minutes à l'intention des médias audiovisuels. Ces trois films ont été offerts, en vue de leur utilisation à titre gratuit, à toutes les parties prenantes dans le cadre de la célébration de la Journée mondiale en 2017.

28. Les membres de l'Équipe spéciale ont continué de promouvoir l'autonomisation des femmes par : i) la sensibilisation aux effets néfastes de l'inégalité entre les sexes sur l'utilisation et la gestion des terres ; ii) la mobilisation de nouveaux partenaires en vue d'appuyer l'autonomisation des femmes dans le cadre de la Convention ; iii) la mise en commun des réalisations de la Convention dans d'autres instances d'accords multilatéraux sur l'environnement, tels que le Fonds pour l'environnement mondial et la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques ; iv) la fourniture de conseils techniques sur l'égalité des sexes au secrétariat. Les partenaires ont commencé les préparatifs pour une manifestation de la Journée de l'égalité des sexes à la treizième session de la Conférence des Parties, en mai 2017. Les membres de l'Équipe spéciale ont fait montre d'une participation et d'un intérêt inégaux, mais la perspective de marquer de manière très visible la fin de la Décennie des Nations Unies en 2020 a soulevé un certain intérêt.

III. Repositionnement de la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification

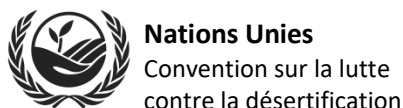
29. Il est également recommandé dans le rapport d'évaluation d'améliorer l'identité visuelle de la Convention. Le logo précédent avait été élaboré par le secrétariat en 1994 et ajusté légèrement en 2011 pour illustrer le caractère mondial de la question de la désertification et de la dégradation des terres. Toutefois, sa conception graphique avait souvent été trouvée vieillotte.

30. La conception et la symbolique du logo de la Convention ont été revues. Cela a abouti au lancement d'un nouveau logo en janvier 2017. Le nouveau logo (voir fig. 3) renforce le positionnement de la Convention et communique plus efficacement au public l'importance et l'urgence de la régénération des terres. Il combine les éléments fondamentaux de la Convention dans une réalisation simple et élégante qui peut être immédiatement comprise par le public international. Il s'agit des éléments suivants :

- a) Un paysage, qui représente la gestion responsable des sols ;
- b) Une main, qui dénote une présence humaine ;
- c) La nature, qui suggère l'espoir, le progrès et la vie ;
- d) Un cercle, qui symbolise une Convention fédératrice et de portée mondiale ;
- e) La couronne de laurier traditionnelle des Nations Unies, qui commande le respect et manifeste l'autorité.

Figure 3

Nouveau logo de la Convention



IV. Orientations futures après la stratégie décennale

31. Comme indiqué dans la section Généralités ci-dessus, la stratégie globale de communication a été élaborée et mise en œuvre à l'appui du Plan-cadre stratégique décennal visant à renforcer la mise en œuvre de la Convention (2008-2018). Une nouvelle stratégie de communication est désormais nécessaire pour compléter le cadre stratégique futur qui succédera au Plan-cadre.

32. L'évaluation indépendante et ses résultats sont des indicateurs importants pour l'élaboration des orientations futures de la Convention en matière de communication. Certaines des principales recommandations issues de l'évaluation ont déjà été mises en œuvre, notamment la refonte du site Web et de l'identité visuelle de la Convention. Une recommandation importante concernant les activités de communication de la période future est celle de recentrer la communication au moyen d'un message fondamental définissant clairement la Convention et appuyé par un petit nombre de messages secondaires axés sur des thèmes particuliers.

33. Le message fondamental sera élaboré pour appuyer la mise en œuvre du futur cadre stratégique de la Convention (document ICCD/COP(13)/3). En outre, ainsi qu'il est recommandé dans le rapport d'évaluation, les plans de travail en matière de communication seront fondés sur des questions stratégiques de longue durée et non sur des manifestations ponctuelles. Les principaux produits de communication de la Convention, notamment le Global Land Outlook (Rapport sur l'avenir des terres dans le monde) pourraient être optimisés dans une plateforme de communication stratégique. Dans le même temps, il sera important de s'assurer que la Convention continue d'être considérée comme axée sur les populations et répondant aux attentes de celles-ci au moyen de la gestion durable des terres.

34. En outre, il est proposé dans le rapport d'évaluation d'adopter une stratégie de communication courte et concise, en fonction de l'observation selon laquelle la stratégie de communication globale actuelle est trop ambitieuse eu égard aux ressources de la Convention.

V. Conclusions et recommandations

35. **L'évaluation des activités de communication a mis en évidence l'efficacité de celles mises en œuvre par le secrétariat au titre de la stratégie globale de communication. Il faut toutefois procéder à des améliorations dans certains domaines.**

36. **La prochaine stratégie de communication mettra l'accent sur le renforcement de la crédibilité de l'identité de la Convention de manière à concorder parfaitement avec les activités de sensibilisation et de promotion menées par le secrétariat et le Mécanisme mondial parmi l'ensemble des parties prenantes, y compris les décideurs, les investisseurs, les femmes, les jeunes, les peuples autochtones et les usagers des**

terres. Il est également nécessaire de renforcer la coopération avec le public et un plus large éventail de décideurs et de responsables de la mise en œuvre au niveau des pays, en vue de poursuivre la mise en œuvre de la Convention par des initiatives visant à atteindre la neutralité en termes de dégradation des terres.

37. La poursuite du plaidoyer en faveur de la neutralité en matière de dégradation des terres est nécessaire pour la mise en œuvre de la Convention et pour renforcer la résilience des écosystèmes et des populations. La communication doit être orientée vers cet objectif et vers ceux du futur cadre stratégique de la Convention.

38. Compte tenu de ce qui précède, les Parties souhaiteront peut-être :

a) Élaborer un cadre stratégique de communication concis assorti d'objectifs, de messages et de moyens d'assurer la cohérence du positionnement et de l'identité de la Convention, et fondé sur les objectifs du futur cadre stratégique de la Convention ;

b) Élaborer également un discours global symbolisant les travaux de la Convention et promouvant la neutralité en matière de dégradation des terres en vue de la mise en œuvre de la Convention et de la réalisation de nombreux objectifs de développement durable, et qui soit appuyé par un nombre restreint de messages secondaires axés sur des sujets relatifs à des problèmes nouveaux liés à la Convention ;

c) Transposer les orientations de la Convention en matière de plaidoyer en outils utiles pour la prise de décisions (brochures, guides et infographies) favorisant l'élargissement et l'intégration de mesures de mise en œuvre au niveau national ;

d) Améliorer l'efficacité de la communication avec les médias au moyen de partenariats, et développer et harmoniser la base de données d'abonnés et la formation des médias en fonction de la nouvelle stratégie, augmenter la publication de récits centrés sur des personnes et améliorer la réalisation et la diffusion des produits ;

e) Améliorer la connaissance de la gestion durable des terres dans le grand public en fournissant des données, des vidéos et des graphiques ainsi qu'un accès et des incitations à mieux promouvoir la mise en œuvre de la Convention en s'appuyant sur la neutralité en termes de dégradation des terres ;

f) Établir un cadre visant à mieux promouvoir la connaissance des bonnes pratiques et à renforcer les capacités des principales parties prenantes à propager les méthodes les plus adéquates et l'accès à des technologies nouvelles ou plus appropriées ;

g) Encourager une présence de la Convention à un éventail de manifestations de plaidoyer stratégiques et de haut niveau, y compris, mais pas uniquement, les célébrations annuelles de la Journée mondiale de la lutte contre la désertification et de la Décennie des Nations Unies pour les déserts et la lutte contre la désertification, qui ont les retombées les plus importantes et la portée la plus large ;

h) Renforcer l'identité visuelle de la Convention par la production de documents identifiés visuellement et veiller à ce que le site Web, les pages sur les réseaux sociaux, les bulletins et les services d'information bibliographiques de la Convention proposent des contenus dynamiques et interactifs ;

i) Renforcer les activités de sensibilisation par l'intermédiaire des pages de la Convention sur les médias sociaux, qui constituent une des principales plateformes de communication en les harmonisant avec d'autres plateformes numériques, en particulier le site Web.

39. Dans le tableau présenté dans l'annexe au présent document figure une estimation des besoins financiers relatifs à la mise en œuvre des activités énoncées au paragraphe 38 ci-dessus, dont le financement doit être assuré par des contributions extrabudgétaires.

Annexe

Besoins financiers liés à la mise en œuvre des activités qui doivent être financées par des contributions extrabudgétaires

Le tableau ci-après présente les besoins financiers au titre des activités visées au paragraphe 38 du présent document.

Tableau
Activités et prévisions de dépenses

<i>Activité</i>	<i>Prévisions de dépenses (euros)</i>
Fourniture de supports de communication pour transmettre les messages (brochures, manifestations, documents visuels)	10 000 ^a
Renforcement de l'information et de la participation au moyen du site Web, des médias sociaux et de manifestations internationales pertinentes	80 000 ^a
Formation de journalistes des médias nationaux et locaux	25 000 ^a
Mobilisation des Ambassadeurs des zones arides pour le plaidoyer et la promotion lors d'événements ciblés	10 000 ^a
Organisation de la célébration à l'échelle mondiale de la Journée mondiale de la lutte contre la désertification	50 000 ^a
Programme « Terre pour la vie » (campagnes en ligne, publications/contenus publicitaires, prix Terre pour la vie)	270 000 ^b
Montant total des ressources extrabudgétaires	445 000

^a L'activité sera mise en œuvre de façon réduite si les ressources sont insuffisantes.

^b Fonds déjà obtenus.