



Convention sur la lutte contre la désertification

Distr. générale
12 juillet 2011
Français
Original: anglais

Conférence des Parties

Dixième session

Changwon (République de Corée), 10-21 octobre 2011

Point 6 d) de l'ordre du jour provisoire

**Plan-cadre stratégique décennal visant à renforcer
la mise en œuvre de la Convention (2008-2018)**

**Examen des progrès réalisés dans l'application
de la stratégie globale de communication**

Examen des progrès réalisés dans l'application de la stratégie globale de communication

Note du secrétariat

Résumé

Dans sa décision 4/COP.9, la Conférence des Parties a demandé au Secrétaire exécutif de lui rendre compte, à sa dixième session, des progrès de la mise en œuvre de la stratégie globale de communication. Cette stratégie a été mise au point à la suite de la décision 3/COP.8 et a pour but de faciliter la bonne exécution du plan-cadre stratégique décennal visant à renforcer la mise en œuvre de la Convention (2008-2018).

Le présent document contient des informations sur les progrès réalisés dans l'application de la stratégie globale de communication, qui a été coordonnée principalement par le secrétariat. On y trouvera des recommandations destinées aux Parties visant à favoriser l'application de la stratégie globale de communication en tant qu'élément à part entière de la Stratégie.

Des informations supplémentaires sur certaines des avancées réalisées figurent dans les documents ICCD/COP(10)/CST/9, ICCD/COP(10)/27 et ICCD/CRIC(10)/11.

Table des matières

	<i>Paragraphes</i>	<i>Page</i>
I. Introduction.....	1–3	3
II. Rappel des faits.....	4–7	3
III. Progrès réalisés.....	8–25	3
A. Documents imprimés et électroniques.....	9	4
B. Portail Web et centre d'information.....	10–11	4
C. Partenariats stratégiques.....	12–17	4
D. Médias de masse et alternatifs.....	18–19	6
E. Campagnes et manifestations de sensibilisation du public.....	20–22	6
F. Communication par ordinateur.....	23	7
G. Défenseurs de la gestion durable des terres.....	24	7
H. Renforcement des capacités.....	25	8
IV. Stratégie d'image et développement de l'identité visuelle.....	26–27	8
V. Nouvelles sources de financement.....	28–30	8
VI. Conclusions et recommandations.....	31–33	9

I. Introduction

1. À la neuvième session de la Conférence des Parties, ces dernières ont examiné la stratégie globale de communication qui avait été élaborée sur la base de la décision 3/COP.8. Les conclusions de l'examen sont énoncées dans la décision 4/COP.9.
2. Dans sa décision 4/COP.9, la Conférence des Parties a demandé au Secrétaire exécutif de lui rendre compte, à sa dixième session, des progrès de la mise en œuvre de la stratégie globale de communication.
3. Le présent document contient des informations sur les avancées réalisées dans la mise en œuvre de la stratégie, qui a été coordonnée principalement par le secrétariat.

II. Rappel des faits

4. «Le plaidoyer, la sensibilisation et l'éducation» forment l'un des piliers du Plan-cadre stratégique décennal visant à renforcer la mise en œuvre de la Convention (2008-2018) (la Stratégie). La Stratégie vise à amener la Convention sur la lutte contre la désertification «à influencer activement sur les mécanismes et les acteurs internationaux, nationaux et locaux compétents pour s'attaquer efficacement aux problèmes de la désertification/dégradation des terres et de la sécheresse» (objectif opérationnel 1).
5. La stratégie de communication a été élaborée pour servir à la bonne exécution du Plan-cadre stratégique décennal visant à renforcer la mise en œuvre de la Convention (2008-2018), en créant la base d'information nécessaire et en mettant en place des moyens d'échange entre les parties prenantes. Huit groupes cibles sont identifiés ainsi que des objectifs et des résultats escomptés, qui correspondent aux rôles respectifs et aux valeurs ajoutées de chacun d'eux. La création de partenariats avec les diverses parties prenantes est un élément clef des actions stratégiques.
6. Dans sa décision 4/COP.9, les Parties ont demandé au secrétariat d'examiner la stratégie globale de communication afin de s'assurer qu'elle est mise en œuvre conformément au mandat de la Convention sur la lutte contre la désertification et aux priorités des pays parties touchés. La stratégie de communication révisée est disponible en anglais sur le site Web de la Convention, à l'adresse suivante: <http://www.unccd.int/convention/docs/css%20rev.pdf>.
7. Dans la même décision, les Parties ont demandé au secrétariat de continuer de jouer son rôle de coordination de la mise en œuvre de la stratégie globale de communication dans les instances compétentes aux niveaux international et régional.

III. Progrès réalisés

8. Comme il a été souligné dans la décision 4/COP.9, la mise en œuvre de la stratégie globale de communication est l'une des priorités de la Convention, comme il se doit et dans le contexte du programme de travail pour 2010-2011 tel qu'adopté par les Parties à la neuvième session de la Conférence des Parties. Les activités décrites ci-après ont été menées dans le cadre du programme de travail pour 2010-2011.

A. Documents imprimés et électroniques

9. Comme il est indiqué dans la stratégie globale de communication, la priorité doit être accordée dans un premier temps à la sensibilisation de groupes cibles clefs à la désertification, à la dégradation des terres et à la sécheresse, afin que ces problèmes soient connus ou mieux connus. Aussi plusieurs documents de sensibilisation ont-ils été élaborés, notamment une nouvelle version du dossier d'information de la Convention, intitulé «Désertification: une synthèse visuelle», la lettre d'information trimestrielle UNCCD News, la série de fiches d'information thématiques de deux pages, les vidéos promotionnelles de la Journée mondiale de la lutte contre la désertification, des affiches, des cartes postales, des autocollants, des dépliants, des CD-ROM et des présentoirs d'exposition.

B. Portail Web et centre d'information

10. Le nombre de consultations du site Web de la Convention a augmenté, passant de 8 000 par mois en 2007 à environ 20 000 par mois en 2009 et 23 000 par mois en 2010, ce qui confirme l'utilisation croissante qui est faite de l'information fournie par le secrétariat. De plus, la page Web de la Convention en langue allemande a été lancée avec le soutien de l'Agence allemande de coopération internationale (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit). Le processus de refonte du site Web a commencé au début de l'année 2010 dans le cadre de la réorganisation des systèmes de gestion et de partage des connaissances. L'évaluation initiale des besoins visant à définir la structure, la conception et le contenu du site a été menée à bien. Le lancement de la nouvelle mouture du site Web est prévu avant la fin de l'année 2011. Des précisions sur l'élaboration du système de gestion des connaissances sont disponibles dans le document ICCD/COP(10)/CST/9.

11. Le service d'information bibliothécaire a été renforcé par la mise en place de «Land Scan», un bulletin d'information permettant d'offrir aux clients des services efficaces et ciblés. Land Scan est publié chaque semaine et rassemble des informations recueillies principalement sur Internet. Il est envisagé de créer un catalogue public accessible en ligne afin d'améliorer les échanges d'informations et la communication.

C. Partenariats stratégiques

12. La mise en œuvre de la stratégie globale de communication repose sur cinq partenaires clefs: les centres de liaison nationaux, le système des Nations Unies, la société civile, les médias et le secteur privé. Au cours de la période visée par le présent rapport, les activités de communication et de sensibilisation coordonnées par le secrétariat ont bénéficié d'une coopération importante de la part de ces partenaires.

13. Dans le cadre des efforts visant à tenir les Parties informées des faits nouveaux intéressant la Convention, les services de diffusion de l'information destinés essentiellement aux centres de liaison nationaux, aux organisations de la société civile, aux organisations intergouvernementales et aux correspondants dans le domaine de la science et de la technologie ont été renforcés. Il s'agit notamment des lettres d'information UNCCD News (bimensuelle), UNCCD Alert (bihebdomadaire) et UNCCD Flash (événements particuliers). Les centres de liaison nationaux ont apporté une aide précieuse à l'organisation d'événements de sensibilisation tels que la Journée mondiale de la lutte contre la désertification. Ils ont également été consultés à de nombreuses reprises pour la réalisation d'entretiens avec les médias et le choix de sites à filmer pour illustrer les questions liées à la désertification, à la dégradation des terres et à la sécheresse.

14. Bon nombre des partenariats avec des entités du système des Nations Unies ont été concrétisés dans le cadre de programmes de travail, d'accords ou d'équipes spéciales communs. Une fiche d'information thématique, deux communiqués de presse communs, deux lettres d'information communes, deux expositions et deux produits d'information ont été élaborés dans le cadre du programme de travail commun du Mécanisme mondial. En outre, dans le cadre du programme de travail commun du Fonds pour l'environnement mondial et en coopération avec Global Planet, une publication sur la gestion durable des terres et un film sur la désertification, la dégradation des terres et la sécheresse ont été produits. La coopération avec les secrétariats des Conventions de Rio a été considérablement renforcée depuis l'année dernière avec la création du Pavillon des écosystèmes et des changements climatiques des Conventions de Rio. Le Pavillon des écosystèmes est une plate-forme coordonnée qui contribue à améliorer les activités de sensibilisation, d'échange d'informations et de communication dans le cadre des Conventions de Rio et à renforcer la collaboration entre ces dernières. Parmi les autres partenaires ayant participé à des activités communes de sensibilisation, on peut citer le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) et l'Organisation météorologique mondiale (OMM).

15. Les organisations de la société civile ont largement contribué à l'application de la stratégie globale de communication, que ce soit de manière indépendante auprès de diverses parties prenantes ou en coopération avec le secrétariat de la Convention. Parmi les principales occasions de coopération, on peut citer la Journée mondiale de la lutte contre la désertification et les lancements mondiaux et régionaux de la Décennie des Nations Unies pour les déserts et la lutte contre la désertification (voir ICCD/COP(10)/27). Plusieurs organisations non gouvernementales (ONG), écoles, universités et associations d'étudiants ont souhaité qu'un représentant du secrétariat de la Convention soit présent à des événements organisés dans les établissements et à l'extérieur pour marquer ces occasions. À cet égard, le personnel du secrétariat a été encouragé à s'exprimer en public sur la désertification, la dégradation des terres et la sécheresse. Les activités pertinentes des organisations de la société civile sont décrites sur la page intitulée «Desertification: The Battle is On» du site Web de la Convention, à l'adresse suivante: <http://www.unccd.int/publicinfo/partners/menu.php>.

16. Afin d'améliorer son efficacité en matière de sensibilisation des médias, le secrétariat s'est penché sur la possibilité d'établir des partenariats médiatiques en coopération avec les centres de liaison nationaux, les organismes des Nations Unies et d'autres partenaires clefs concernés par la désertification, la dégradation des terres, la sécheresse et la gestion durable des terres, conformément à la stratégie globale de communication. Un accord de partenariat a ainsi été conclu avec l'agence International Press Service et des relations de coopération ont été mises en place avec des organes de presse internationaux tels que l'agence Reuters, TV5MONDE, Deutsche Welle, le *New York Times*, l'Agence France-Presse et le *Guardian/Observer*. Le secrétariat a aussi renforcé sa collaboration avec les services d'information d'autres organisations intergouvernementales, en particulier le Département de l'information du Secrétariat de l'ONU, le Fonds pour l'environnement mondial et le Partenariat de collaboration sur les forêts.

17. Le secteur privé a également contribué à faire mieux connaître les questions liées à la désertification, à la dégradation des terres et à la sécheresse. Des représentants d'entreprises de gestion durable des terres ont été invités à participer à des manifestations de sensibilisation afin d'y présenter les résultats fructueux qu'ils avaient obtenus. Des contributions financières et en nature à l'élaboration de supports promotionnels ont notamment été fournies par la société Entico Corporation et par l'antenne du groupe Young and Rubicam à Mexico.

D. Médias de masse et alternatifs

18. Le nombre de produits à l'intention de la presse a considérablement augmenté. Le nombre total de communiqués de presse est passé de 4 en 2007 à 17 en 2008, 24 en 2009 et 81 en 2010, et le nombre de messages de sensibilisation et de déclarations à la presse est passé de 4 en 2007 à 13 en 2008, 18 en 2009 et 10 en 2010. Autant que faire se peut, les documents à l'intention de la presse ont été traduits et diffusés en français, en espagnol et en allemand dans les délais voulus. Des dossiers de presse exhaustifs ont été préparés pour la neuvième session de la Conférence des Parties, la neuvième session du Comité chargé de l'examen de la mise en œuvre de la Convention et la deuxième session spéciale du Comité de la science et de la technologie. La base de données médiatique interne est passée de 650 entrées en 2008 à 1 590 entrées en 2009. Le Groupe de la sensibilisation, de la communication et de l'éducation (ARCE) a également répondu à des articles parus dans la presse par le biais du courrier des lecteurs. De plus, il a régulièrement aidé à organiser des rencontres entre les médias et des membres du personnel du secrétariat, y compris le Secrétaire exécutif. L'ARCE a aussi contribué, en tant qu'organisateur et que participant, à des formations sur les changements climatiques à l'intention de journalistes spécialistes des questions d'environnement, dans le cadre du processus découlant de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques. En outre, il a participé à l'organisation d'une formation similaire sur les ressources en terre et en eau à l'intention des journalistes, sous les auspices de l'Université des Nations Unies, qui s'est déroulée au Caire en 2009, et a tenu trois conférences de presse en 2008 et cinq en 2009. En 2010, l'ARCE a organisé des séminaires de formation sur les changements climatiques et la désertification, auxquels ont participé plus de 50 journalistes lors du Global Media Forum de la Deutsche Welle et plus de 100 journalistes lors de la Conférence de Cancún sur les changements climatiques. Ces séances de formation formaient partie des programmes de formation d'organisations partenaires. En 2010, les événements liés à la Convention sur la lutte contre la désertification ont été suivis par des organes de presse du monde entier dont Inter Press Service, l'Agence France-Presse, EuropaPress, La Prensa, SciDev, le *Guardian*, la BBC Afrique, la Télévision des Nations Unies, la Radio des Nations Unies, le Service d'information des Nations Unies, le *China Daily* et China Radio News. Deux articles rédactionnels ont été publiés dans des journaux régionaux en Argentine et en Afrique de l'Est.

19. Malgré ces réalisations, la couverture médiatique potentielle n'a pas été pleinement exploitée pour trois raisons. Premièrement, il faudrait proposer un plus grand nombre de produits prêts à l'emploi, en particulier des séquences télévisuelles, des photographies de qualité et des séquences audio. Deuxièmement, les activités de sollicitation directe des médias (sous forme de lobbying en personne et d'éducation des médias) sont insuffisantes, alors qu'elles forment la base de toute campagne médiatique réussie. Troisièmement, étant donné les idées fausses qui règnent concernant les zones arides et le caractère technique des aspects fondamentaux de la Convention, il est indispensable d'assurer la formation des médias.

E. Campagnes et manifestations de sensibilisation du public

20. Diverses activités de sensibilisation ont été menées à bien afin d'informer les décideurs et le public des questions liées à la désertification, à la dégradation des sols et à la sécheresse. Parmi les manifestations ciblées organisées, on peut citer la Journée mondiale de la lutte contre la désertification et les manifestations liées à la journée «Land Day» qui ont eu lieu le 8 juin 2010, le 23 octobre 2010 et le 11 juin 2011. Le secrétariat a également participé activement à des manifestations extérieures comme le Global Media Forum, le Symposium international organisé à Bonn (Allemagne) par la Stiftung Entwicklung und

Frieden (Fondation pour le développement et la paix), la Conférence modèle des Nations Unies de Bonn et la Journée des Nations Unies à Bonn. Le nombre de pays et d'organisations ayant indiqué avoir organisé des activités à l'occasion de la Journée mondiale de la lutte contre la désertification est passé de 20 en 2008 à 36 en 2009 et 38 en 2010.

21. Les expositions sont un autre moyen de communication ciblée important. De grandes expositions ont été organisées dans le cadre de manifestations extérieures, notamment au Forum mondial de l'eau à Istanbul (Turquie), l'IFAT ENTSORGA à Munich (Allemagne), la Semaine mondiale de l'eau à Stockholm, l'Exposition universelle de Shanghai (Chine), les négociations sur le climat à Bonn et la dixième Conférence des Parties à la Convention sur la diversité biologique, tenue à Nagoya (Japon). Outre les expositions organisées et gérées par le secrétariat, des supports promotionnels ont été envoyés à 32 expositions organisées en collaboration avec des partenaires.

22. Le 21 décembre 2009, l'Assemblée générale des Nations Unies a adopté la résolution 64/201, par laquelle elle a proclamé la décennie 2010-2020 Décennie des Nations Unies pour les déserts et la lutte contre la désertification. Le secrétariat de la Convention sur la lutte contre la désertification a été chargé de coordonner les activités relatives à la Décennie, en concertation avec le PNUE, le PNUD, le Fonds international de développement agricole et d'autres entités compétentes des Nations Unies, notamment le Département de l'information du Secrétariat. Afin de dynamiser la première année de la Décennie, une journée de lancement mondial puis cinq journées de lancement régional ont été organisées en 2010. On trouvera des précisions sur les activités relatives à la Décennie dans le document ICCD/COP(10)/27.

F. Communication par ordinateur

23. La stratégie globale de communication tient compte de l'importance des réseaux sociaux informatiques en tant que puissants mécanismes de mobilisation sociale, en particulier chez les jeunes. Les possibilités offertes par les médias nouveaux et alternatifs en tant que moyens non traditionnels de diffusion de l'information et qu'outils interactifs ont été minutieusement étudiées. Les pages de la Convention sur les sites Twitter et Facebook sont des lieux d'échange où s'expriment des opinions qui ne sont pas nécessairement officielles et qui suscitent l'intérêt du public. Le public semble être intéressé par ces nouveaux moyens de communication, dont les potentialités sont considérables.

G. Défenseurs de la gestion durable des terres

24. Depuis quelques années, les personnalités publiques jouent un rôle croissant dans le domaine du développement durable en attirant l'attention des décideurs sur l'importance de questions telles que la gestion durable des terres et les politiques nationales y afférentes. Des défenseurs renommés de la gestion durable des terres peuvent mettre en relief les objectifs appuyés par la Convention et donner l'élan nécessaire pour réaliser pleinement les objectifs de la Stratégie. En janvier 2010, le premier Ambassadeur défenseur de la gestion durable des terres, M. Byong Hyon Kwon (République de Corée) a été désigné. Celui-ci avait contribué à diverses activités et manifestations de sensibilisation telles que la célébration de la Journée mondiale de la lutte contre la désertification à Shanghai et l'exposition de bande dessinée «Save the Earth» organisée en parallèle du Sommet du G-20 à Séoul. Le programme a connu un vif succès et a été rebaptisé programme des Ambassadeurs des zones arides. Le champion du monde de football 2010 Carlos Marchena (Espagne) a été nommé Ambassadeur des zones arides le 17 juin 2011. D'autres

ambassadeurs des zones arides sont en cours de sélection, l'objectif étant de parvenir à un équilibre géographique.

H. Renforcement des capacités

25. Des efforts importants ont été déployés et continuent de l'être dans le domaine du renforcement des capacités dans le contexte de la stratégie globale de communication. La mise en place et l'amélioration d'un portail pour le système d'examen des résultats et d'évaluation de la mise en œuvre (PRAIS) est un élément fondamental du processus de remontée d'information et de la Stratégie. Une page Web détaillée sur le renforcement des capacités en cours d'élaboration sera bientôt achevée. Cette page Web sera interactive et permettra un apprentissage en ligne, la recherche et la diffusion d'informations, l'échange de données d'expérience et la promotion de la formation à toutes les facettes du processus découlant de la Convention. Plusieurs notes techniques offrant des indications supplémentaires concernant le processus d'alignement du programme d'action ont été élaborées et distribuées aux Parties dans le cadre des efforts de communication du secrétariat dans ce domaine. Il est prévu de mettre au point un module de formation en ligne sur les négociations à l'intention des centres de liaison de la Convention. Toutes ces activités font partie intégrante de la stratégie globale de communication. La place du renforcement des capacités au sein du PRAIS est décrite dans le document ICCD/CRIC(10)/11.

IV. Stratégie d'image et développement de l'identité visuelle

26. Afin de mieux appuyer la mise en œuvre de la Convention conformément à la Stratégie, le secrétariat s'est penché sur la stratégie d'image actuelle, notamment son logo. Ces travaux ont conduit à la publication d'un manuel de l'identité visuelle de la Convention à l'intention du personnel du secrétariat. Le manuel comprend les spécifications du logo de la Convention pour différents usages et sous différents formats de fichier, ainsi que la typographie et des modèles pour les lettres à en-tête, les pages de couverture des publications standard et les présentations PowerPoint. L'élaboration du manuel a bénéficié de l'aide fournie à titre gracieux par l'antenne du groupe Young and Rubicam à Mexico.

27. La stratégie d'image ne se résume pas à une question de conception graphique; il s'agit de définir l'identité de la Convention. À cet égard, la stratégie globale de communication mentionne la nécessité de choisir quelques phrases courtes qui saisissent l'attention pour résumer la nature et le fonctionnement de la Convention. Ces slogans promotionnels seront composés dans le cadre du prochain programme de travail biennal conformément aux indications fournies par les Parties au cours de cette session sur l'élaboration de cadres directifs pour les activités de plaidoyer.

V. Nouvelles sources de financement

28. Dans sa décision 4/COP.9, la Conférence des Parties a engagé le secrétariat et le Mécanisme mondial, dans le cadre de leurs fonctions principales, à s'employer activement à trouver de nouvelles sources de financement, y compris auprès du secteur privé, de fondations et d'organisations compétentes de la société civile ainsi qu'un appui en nature pour la mise en œuvre de la stratégie globale de communication, qui a été grandement renforcée par des partenariats avec le secteur privé et les organisations de la société civile. Ce potentiel pourrait être pleinement exploité pour des activités futures.

29. À titre d'exemple, l'antenne du groupe Young and Rubicam à Mexico continue d'épauler le secrétariat pour certaines tâches de relations publiques dans le cadre de ses activités relevant de la responsabilité sociale des organisations. Elle a conçu des affiches et des cartes postales pour la promotion de la Journée mondiale de la lutte contre la désertification et apporté son concours à l'exposition sur la Convention organisée au Pavillon de l'ONU de l'Exposition universelle de Shanghai ainsi qu'aux travaux d'élaboration de l'identité visuelle de la Convention. L'ONG Fundación Agreste (Argentine) a fourni des éléments graphiques pour la Journée mondiale de lutte contre la désertification. De nombreuses contributions en nature ont été reçues de la part du secteur privé, des autorités locales et des instituts de recherche à l'occasion des lancements mondiaux et régionaux de la Décennie des Nations Unies pour les déserts et la lutte contre la désertification, dont il est rendu compte en détail dans le document ICCD/COP(10)/27. L'Étude mondiale des approches et des technologies de conservation (WOCAT) a fourni des éléments visuels pour des expositions inspirés de la publication conjointe WOCAT/Convention sur la lutte contre la désertification intitulée «Benefits of Sustainable Land Management» (Les bienfaits de la gestion durable des terres). La société Entico Corporation, établie à Londres, a apporté son concours à la production de calendriers sur le thème des Conventions de Rio.

30. Cependant, les activités de sensibilisation et de communication n'ont pas attiré de contributions financières notables de la part de sources extérieures. Alors que les ressources nécessaires à la réalisation de l'objectif opérationnel fixé dans le programme de travail de l'exercice biennal 2010-2011, tel qu'énoncé dans la décision 9/COP.9, s'élevaient à 2 350 000 euros¹, le montant total des fonds supplémentaires reçus pour la mise en œuvre de la stratégie globale de communication a été de 150 000 euros (contributions des Gouvernements suisse et finlandais). Les contributions de donateurs non traditionnels tels que le secteur privé ont tendance à correspondre à des manifestations précises, ce qui ne permet pas d'assurer une diffusion équilibrée de l'information, par exemple grâce à la traduction des textes dans les langues voulues. Étant donné que le secrétariat n'a ni le personnel ni les moyens financiers pour faire face à la totalité des besoins liés à une communication multilingue, il est possible que la diffusion de l'information n'ait pas été homogène au niveau mondial. C'est pourquoi la mobilisation de fonds en provenance de la communauté internationale aux fins de la mise en œuvre de la stratégie globale de communication demeure un enjeu d'une importance cruciale.

VI. Conclusions et recommandations

31. **La mise en œuvre de la stratégie globale de communication a permis de mener des activités de sensibilisation coordonnées et ciblées qui appuient la bonne application de la Stratégie. Les résultats obtenus au cours des deux premières années de mise en œuvre se sont manifestés par une augmentation du nombre de consultations du site Web, d'articles parus dans la presse et de produits de communication élaborés. Cependant, il faudrait poursuivre les efforts dans certains domaines, comme les médias sociaux, qui suscitent un intérêt certain mais pour lesquels les ressources humaines internes sont insuffisantes. Les partenariats avec divers acteurs démultiplient les efforts de sensibilisation, tandis que la charge imposée aux ressources financières et humaines peut être allégée grâce à une meilleure répartition des tâches. Cependant, le manque de financement complémentaire au titre de la Convention empêche d'exploiter pleinement le potentiel de ces partenariats. La production de supports promotionnels de qualité et l'organisation de manifestations et**

¹ Ce montant correspond à l'ensemble des activités relevant de l'objectif opérationnel 1 du programme de travail du secrétariat (ICCD/COP(9)/18/Add.1, p. 57).

de campagnes pouvant être des entreprises coûteuses, un soutien supplémentaire sous forme de ressources financières ou d'aide en nature est demandé aux Parties, ainsi qu'aux gouvernements des États non parties à la Convention, aux organisations intergouvernementales et aux ONG, afin de garantir la bonne mise en œuvre de la stratégie globale de communication, comme demandé dans la décision 4/COP.9.

32. Pour que la mise en œuvre de la stratégie globale de communication fasse partie intégrante de la mise en œuvre de la Stratégie, elle doit être utilisée par les Parties et les organes subsidiaires et institutions de la Convention comme instrument pour les mécanismes de présentation de rapports de la Convention. Dans cette optique, le suivi et l'évaluation de la mise en œuvre de la stratégie de communication doivent être rattachés au PRAIS. Cela pourrait être possible pour le cinquième cycle d'établissement de rapports et d'examen de la Convention, qui portera sur la mise en œuvre de la Convention entre 2010 et 2011.

33. Compte tenu de ce qui précède, les Parties souhaiteront peut-être se pencher sur les points suivants:

a) Eu égard à l'importance de la langue en tant qu'outil fondamental pour tout type de communication, en particulier pour la sensibilisation du public, des services de traduction sont nécessaires pour assurer une diffusion plus large et plus équitable des supports d'information et de promotion;

b) Une aide à la formation et au renforcement des compétences pourrait être fournie aux journalistes généralistes et spécialistes des questions d'environnement, afin de créer un groupe clef de journalistes se consacrant essentiellement aux questions liées à la désertification, à la dégradation des terres, à la sécheresse et à la gestion durable des terres;

c) Les partenariats public-privé aux fins de la mise en œuvre de la stratégie globale de communication pourraient être encore renforcés afin d'atteindre de nouveaux acteurs dans le domaine de la gestion durable des terres et d'obtenir leur soutien en vue de campagnes mondiales sur la désertification, la dégradation des terres et la sécheresse;

d) La recherche de nouvelles sources de financement doit s'accompagner d'un développement des modes de financement traditionnels au moyen de ressources extrabudgétaires, afin de renforcer davantage la mise en œuvre de la stratégie globale de communication;

e) L'évaluation à mi-parcours de la mise en œuvre de la stratégie globale de communication pourrait tenir compte des résultats du cinquième cycle d'établissement de rapports et d'examen de la Convention.
