

**CONVENTION SUR  
LES ESPÈCES  
MIGRATRICES**

Distr: GENERALE

PNUE/CMS/Résolution 8.8\*

FRANÇAIS

ORIGINAL: ANGLAIS

**SENSIBILISATION ET COMMUNICATION**

Adoptée par la Conférence des Parties à sa huitième session (Nairobi, 20-25 novembre 2005)

*Conscient* de la contribution que la Convention sur les espèces migratrices peut apporter pour atteindre la cible 2010 afin de réduire d'une manière significative la perte de la biodiversité à cette date;

*Conscient* de la nécessité d'accroître la sensibilisation sur les espèces migratrices, sur les menaces envers leur déplacement et sur les activités de la CMS pour en réduire les effets;

*Rappelant* les paragraphes 4 (b) et (j) de l'Article IX de la Convention déclarant qu'il revenait au Secrétariat de maintenir la liaison avec les Parties et de la promouvoir entre elles, les organes permanents créés au titre d'accords et autres organisations internationales s'occupant d'espèces migratrices, et de fournir au grand public des renseignements concernant cette Convention et ses objectifs; et

*Rappelant en outre* l'objectif 3 du Plan stratégique de la CMS 2006-2011, pour «étendre la conscience et souligner l'engagement en ce qui concerne la conservation des espèces migratrices parmi les acteurs clés» et les objectifs connexes;

*La Conférence des Parties à la  
Convention sur la conservation des espèces migratrices appartenant à la faune sauvage*

1. *Approuve* le Plan de sensibilisation et de communication de la CMS annexé et *demande instamment* au Secrétariat d'entreprendre les activités énumérées à la section 5 pour la prochaine période triennale; et
2. *Demande instamment* aux Parties et aux partenaires concernés d'aider le Secrétariat à mettre en œuvre le plan en entreprenant les activités inscrites à la section 5 et en fournissant la contribution financière nécessaire pour commencer les nouvelles activités inscrites au tableau, notamment des ateliers sur l'information pour des non-Parties et du matériel d'information ciblé.

---

\* Ce document a été précédemment numéroté comme projet de recommandation 8.1.

## Plan de contacts et de communication de la CMS 2006-2008



### 1. Nécessité pour la CMS d'entreprendre des activités de contacts et de communication

1. Plus de 25 ans après sa création la Convention sur les espèces migratrices (CMS) est devenue un traité bien connu dans le monde de la biodiversité. Cependant, bien que le sigle et le logo rappellent clairement le but de cet instrument international, on connaît moins dans la société gouvernementale et civile les principaux traits et caractéristiques de la Convention et la contribution potentielle de celle-ci pour atteindre la cible 2010 qui consiste à réduire d'une manière significative le taux de perte de la biodiversité à cette date. Le but du Plan de contacts et de communication (OCP) actuel est d'identifier les activités réalisables dans le cadre d'un budget approuvé que le Secrétariat, en collaboration avec les Parties et les partenaires concernés, peut entreprendre pour accroître la visibilité de la Convention et promouvoir son impact parmi les participants.

2. La concurrence pour trouver des ressources est intense et en conséquence il est vital de renforcer la conscience de l'importance de la conservation en général, et des espèces migratrices en particulier, allant des décideurs au grand public. Dans ce contexte, l'OCP identifie des activités à entreprendre pour atteindre l'objectif 3 du [projet] de Plan stratégique de la CMS 2006-2011 pour "étendre la conscience et souligner l'engagement pour la conservation des espèces migratrices parmi les acteurs clés". Les activités de l'OCP permettront également d'atteindre d'autres objectifs relatifs au [projet] de Plan stratégique (voir sections 3 et 5).

3. Les décideurs et les leaders d'opinion doivent être conscients des problèmes et de la très grande nécessité d'une action concertée en faveur des espèces migratrices. Comme cela est souligné à l'Article IX de la Convention, il appartient au Secrétariat de faire connaître des renseignements sur les espèces migratrices et la Convention à l'attention de publics clés sélectionnés. A cette fin, le Plan stratégique identifie six cibles relatives à ces publics afin que : les Parties contractantes existantes renforcent leur engagement ; que les pays prioritaires identifiés deviennent de nouvelles Parties contractantes ; que le réseau de partenaires déjà large puisse être encore renforcé et étendu et que des dialogues puissent être engagés avec des groupes sectoriels clés dont les activités ont un impact particulier sur les espèces migratrices.

4. L'OCP devrait également souligner l'importance de la Convention pour atteindre la cible 2010 en faisant remarquer que la contribution des outils et instruments de la CMS peut faire réduire d'une manière significative la perte de la biodiversité. Pour unifier sous la même bannière toutes les actions mises au point au titre de la Convention pour la prochaine période triennale, la devise de la CdP "En marche vers 2010" pourrait rester le *leitmotiv* de toute la stratégie de contacts et de communication

5. Bien que la responsabilité de l'application de ce plan relève de l'Unité des Relations extérieures et des médias du Secrétariat de la CMS, en collaboration avec toutes les autres unités du Secrétariat qui fournira les renseignements et les données nécessaires à la préparation du matériel d'information, les Parties et les partenaires concernés ont un rôle essentiel à jouer dans leurs réseaux officiels et officieux pour promouvoir l'engagement d'autres participants aux travaux de la CMS et pour fournir une aide aux activités de l'entreprise. Compte tenu de la petite taille du Secrétariat et des ressources limitées dont il dispose pour la communication et pour atteindre une diversité de publics, sa capacité

ne pourrait être renforcée qu'avec le soutien des Parties et d'autres organisations partenaires et également en coopérant avec les secrétariats d'autres MEA, ainsi qu'en augmentant l'utilisation de moyens extérieurs et de volontaires.

## **2. Les atouts et les faiblesses des contacts et de la communication de la CMS**

6. Au fil des ans, la CMS a mis au point un certain nombre d'outils importants de communication, tels que le site web, la newsletter, l'exposition commune, un certain nombre de brochures et de fiches d'information, une plaquette détaillée sur l'historique de la CMS pour le 25<sup>ème</sup> anniversaire de la Convention. Cependant, ces initiatives et outils ont été mis au point au fur et à mesure des besoins générés par la nécessité d'une communication immédiate du fait d'évènements et de réunions ; ces outils n'ont jamais été harmonisés et placés dans le contexte d'une stratégie définie. Le nouveau Plan stratégique, et notamment le fait que le troisième objectif contienne des cibles spécifiques pour améliorer la prise de conscience et l'engagement des acteurs clés, offre l'occasion d'harmoniser et de simplifier le contact et la communication dans un cadre cohérent et d'élaborer et d'appuyer les moyens d'atteindre des publics ciblés identifiés par le Plan stratégique.

7. Les principales forces de contact sur lesquelles la CMS pourrait davantage se bases sont : (i) la couverture des espèces et (ii) son historique et sa réputation.

- (i) Les animaux migrateurs en général, quelques espèces vedettes en particulier, sont bien connus du public et des médias. Par conséquent, des messages sur les menaces envers ces espèces et les activités de la CMS pour les réduire sont mieux reçus que l'information portant sur le concept de "biodiversité" qui, pour de nombreux publics, reste encore tout à fait ambiguë et obscure. La Convention s'intéresse également à des exemples tangibles, concrets et visuels de patrimoine naturel commun auxquels le grand public peut facilement se rapporter.
- (ii) La Convention a 25 ans d'expérience dans la conservation des espèces migratrices. Elle a organisé avec succès une coopération transfrontalière entre les Etats de l'aire de répartition et entre experts et peut compter sur un certain nombre de projets de recherche et de conservation mis en œuvre sur le terrain. En outre, la CMS a un brillant palmarès de collaboration avec les ONG qui a offert des occasions fructueuses de transmettre son message.

8. Les principales faiblesses des activités de communication de la CMS sont (i) sa couverture géographique limitée et (ii) le chevauchement de son mandat avec celui d'autres organisations :

- (i) Bien que la CMS ait une forte couverture en Europe et en Afrique, ainsi qu'un ancrage historique en Allemagne, elle a clairement des lacunes de couverture en Amérique du Nord, en Asie et en Océanie et compte un plus petit nombre de Parties qu'un certain nombre d'autres conventions mondiales sur l'environnement.
- (ii) Bien qu'elle ait un objectif spécifique, la CMS s'occupe d'un sujet dont s'occupent également d'autres conventions plus grandes (par ex. CDB, CITES, WHC) et, probablement de manière plus visible, par de grandes OIG et ONG bien connues, telles que l'UICN et le WWF.

9. Les activités de contacts et de communication devraient donc être édifiées sur les spécificités et les réalisations de la Convention, et souligner des traits uniques, notamment en ce qui concerne la nature transfrontalière de l'instrument, par opposition à l'approche plutôt basée sur l'écosystème d'autres conventions relatives à la biodiversité (voir CDB et Ramsar). De même, le Programme de petits projets (a titre de dons) ainsi que la structure et le fonctionnement des accords et mémorandums d'accord devraient avoir plus d'importance.

10. Le lien avec des questions plus pressantes du point de vue social et économique n'est pas toujours perçu et clairement compris, les médias traitant souvent les espèces en danger comme étant purement un problème de conservation. Il est donc nécessaire de souligner l'importance des espèces migratrices pour les besoins de subsistance et la réduction de la pauvreté, et de relier les images de ces espèces aux sociétés humaines. Des recommandations plus spécifiques sont faites au titre de chacun des objectifs du Plan stratégique exposés ci-dessous.

### **3. Liens avec l'Objectif 3 du Plan stratégique et autres objectifs qui s'y rapportent**

**Objectif 3: Accroître la sensibilisation et renforcer l'engagement dans la conservation des espèces migratrices parmi les acteurs clés**

#### **PARTIES**

**Objectif principal : 3.1 - Accroissement des niveaux d'engagement et de participation des Parties à la CMS existantes**

**Objectif qui s'y rapporte : 4.7 – Renforcement de la capacité régionale notamment là où la CMS est sous-représentée**

11. Les Parties constituent la Convention. Cependant, pour différentes raisons leurs degrés d'engagement varient pour ce qui est de la mise en œuvre. Par conséquent, les Parties sont également un groupe-objectif des travaux de communication de la Convention et en même temps, étant donné leur engagement en matière d'application, elles seront des intermédiaires importants pour promouvoir la CMS parmi les non-Parties et les partenaires clés, et des supports des activités de contact. Les Parties peuvent également aider à la formulation de messages spécifiques à leur pays et/ou à leur région.

12. Dans ce contexte, la communication quotidienne entre le Secrétariat et les Parties à la CMS doit être améliorée pour tenir les gouvernements au courant des nouvelles initiatives, des réunions qui les concernent et des demandes spécifiques auxquelles elles pourraient souhaiter répondre. Le site web de la CMS s'est révélé être un instrument efficace utilisé de plus en plus par différents publics. Cependant, comme son usage exige une intervention active de l'utilisateur, la régularité de fourniture des renseignements n'est pas garantie. Pour cette raison, le Secrétariat envisage de mettre en service un système électronique pour la fourniture rapide de notifications et de notes d'information aux Parties. Les correspondants bénéficieront de ce service et seront chargés de répartir ces renseignements dans les ministères compétents. De même, le Secrétariat de la CMS continuera de diffuser la lettre d'information électronique qui devrait être rendue plus utile par l'insertion de renseignements sur l'application dans le pays intéressé et d'études de cas afin de permettre de faire connaître les expériences nationales au réseau international de lecteurs.

13. Des mises à jour régulières de tout le matériel d'information seront faites par le Secrétariat et mises à la disposition de tous les correspondants pour les tenir informés des dernières évolutions et leur fournir des renseignements à jour sur la Convention et sur les outils à utiliser à différentes fins (mises à jour internes, présentations, préparation de documents, séries de photos). Les activités détaillées du Secrétariat, des Parties et des partenaires sont énumérées à la section 5.

#### **NON-PARTIES**

**Objectif principal : 3.2 – Augmentation du niveau d'engagement dans les travaux de la CMS concernant les objectifs prioritaires des non-Parties**

**Objectif qui s'y rapporte : 4.1 – Augmentation de 30 Parties d'importance pour membres la CMS et les nouveaux accords**

14. Les activités de contact et de communication devraient aborder les principales raisons qui ont empêché les non-Parties d'adhérer à la CMS et à ses Accords. Par conséquent, les actions devraient être, plutôt que générales, adaptées aux objectifs avec un lot d'informations préparé pour chaque cas, afin d'inclure des renseignements sur les espèces du pays inscrites sur les listes des Annexes I et II, les menaces existantes envers les espèces migratrices, les sites et habitats qui s'y rapportent et les régions où des accords et des projets pourraient être développés. Une note d'information plus générale devrait être préparée afin de fournir des renseignements sur les aspects réglementaires relatifs au fonctionnement de la Convention et au processus d'adhésion.

15. Les ateliers de contact sont aussi un outil clé dans le cas des non-Parties car, en plus de fournir aux participants une vue générale et approfondie de la Convention, ils permettent au Secrétariat d'identifier dans les ministères compétents les correspondants et "ambassadeurs" potentiels du message de la CMS. Les ateliers de contact pourraient être organisés au niveau régional et ne devraient pas durer plus de deux jours. Les Parties à la CMS de la région devraient aussi participer à la fourniture aux non-Parties d'un aperçu général pratique des rôles, responsabilités et avantages divers d'une adhésion à la CMS. Les ateliers pourraient également être organisés en marge d'autres réunions relatives à la biodiversité (voir par exemple CBD SBSTTA et CdP) ce qui offre d'excellentes occasions d'identifier et de contacter les fonctionnaires clés des différents ministères.

16. Afin de faciliter les activités de contact et de communication vers les non-Parties, le Secrétariat devrait également moderniser le jeu d'outils de la CMS afin qu'il contienne des renseignements sur tous les accords et autres instruments de la CMS, les renseignements mis à jour sur les projets, les traits spécifiques et les études de cas au niveau national, les présentations, les images et les fiches pour la presse. Les accords devraient fournir à la CMS des newsletters et du matériel d'information mis à jour (liste de parties) pour diffusion. Les activités détaillées et autres du Secrétariat, des Parties et des partenaires sont énumérées à la section 5.

## **PARTENAIRES :**

**Objectif principal : 3.3 - Accroissement du nombre de partenaires appuyant les travaux de la CMS et y participant**

**Objectifs qui s'y rapporte : 4.3 – Augmentation des activités de coopération avec les TME et les partenaires clés ; 4.8. Financement extra-budgétaire largement assuré**

17. La CMS a traditionnellement collaboré avec plusieurs organisations non-gouvernementales et intergouvernementales sur un certain nombre d'activités dont des activités de contact et de communication. Cependant, ces expériences ont été sporadiques et souvent non formalisées par un plan convenu pour activités conjointes. Le Secrétariat de la CMS renforce maintenant sa collaboration avec des partenaires traditionnels et de nouveaux partenaires (voir par exemple la Foire du partenariat à CdP8) pour mieux formaliser la collaboration par des programmes de travaux communs - y compris des activités communes de contact et de communication – convenus sur une base annuelle. En fait, établir un partenariat avec des ONG pourrait apporter plusieurs avantages mutuels : lorsque la CMS fournit un cadre juridique international sous l'égide des Nations unies susceptible de soutenir l'action des ONG, les ONG sont habituellement liées à un réseau établi d'organisations de la société civile qui peuvent entreprendre des travaux intensifs et efficaces de sensibilisation et d'information du public, offrant ainsi des moyens efficaces pour diffuser l'information sur la Convention.

18. La coopération avec d'autres conventions relatives à la biodiversité est un autre composant clé du Plan stratégique. La CMS participe déjà activement aux travaux du Groupe de liaison sur la biodiversité (BLG), qui comprend également CDB, CITES, WHC et Ramsar. Les cinq conventions ont convenu de soutenir les efforts de chacune d'elles dans un certain nombre de domaines, dont les

activités de contact et de communication. Par exemple la représentation dans des réunions qui les concernent sur l'environnement sera assurée par la participation d'un membre du BLG au nom du groupe. Des activités conjointes pourraient également être développées en soutien de la Journée internationale sur la biodiversité, suivant ainsi l'exemple de la CMS en 2005. Des réunions d'autres TME offrent davantage d'occasions de contact. Il est recommandé que la CMS utilise ces occasions pour faire une exposition, fournisse du matériel d'information, accueille un événement connexe sur la CMS et fasse une déclaration afin d'accroître la visibilité de la Convention et d'offrir aux participants plus d'une occasion de s'informer des activités de la CMS.

19. Les activités de contact et de communication; en plus de contribuer à renforcer les liens institutionnels, devraient également contribuer à identifier des partisans éventuels des activités et des initiatives de la CMS, dont la collecte de fonds. Le secteur privé s'est révélé être un partenaire efficace pour la Convention. Outre les donations directes pour aider la Convention, le secteur des affaires pourrait également offrir un soutien logistique pour la fourniture du message de la CMS (newsletters, magazines, lieux d'exposition, etc.). La nouvelle organisation bénévole "Amis de la CMS", qui sera créée plus tard en 2005, aura un rôle important à jouer ici.

## **MÉDIAS**

**Objectif principal : 3.4 - Accroissement de la prise de conscience de la CMS par les médias clés et de son rôle primordial dans la conservation des espèces migratrices ;**

**Objectif qui s'y rapporte : 4.4. – Renforcement de l'identité de la famille de la CMS**

20. En général, les outils de contact et de communication de la CMS se concentrent essentiellement sur les procédures institutionnelles et les outils opérationnels de la Convention. Peu de renseignements y sont donnés sur les raisons pour lesquelles les espèces migratrices doivent être conservées. Une plus grande attention devrait être accordée à l'importance des espèces migratrices, par exemple pour la dispersion des semences, la culture, la religion, l'économie ou l'alimentation. La base de la communication actuelle de la Convention a un caractère intellectuel s'appuyant sur les faits. Pour atteindre de plus larges publics il est nécessaire d'accroître la valeur émotionnelle et esthétique des thèmes couverts par la CMS pour les médias. Le langage technique de certains matériels d'information exige une révision afin de pouvoir atteindre le grand public. Un vocabulaire différent assurera une meilleure communication au (aux) public(s) ciblé(s) et devrait créer un lien émotionnel. De même, il est possible d'accroître la visibilité des espèces clés, telles que les espèces couvertes pour des actions concertées, ou les espèces couvertes par des accords ou des mémorandums d'accords.

21. D'autre part, les espèces couvertes par la CMS sont fréquemment mentionnées dans les médias sans se référer aux travaux de la Convention. Il est donc nécessaire de mieux associer la couverture médiatique sur les espèces aux travaux de la Convention pour leur protection. Dans ce contexte, un plus grand travail devrait être accompli pour informer les médias du rôle de la famille de la CMS à l'aide de publications de presse régulières et ciblées et de renseignements de base fournis à la presse internationale. Dans ce sens, les accords de la CMS sont également encouragés à souligner les liens entre les nouvelles activités de conservation et leur pertinence vis à vis des travaux des accords et de la CMS à l'égard des médias. A cet effet, un meilleur usage du Centre d'information des Nations unies de Bonn ainsi que du service médiatique du PNUE devrait être fait. Une Unité renforcée des relations extérieures et des médias, assurant peut-être conjointement le service de la CMS et des accords pourrait également améliorer la visibilité de la famille de CMS vis à vis des médias locaux et, ce qui est encore plus important, nationaux et internationaux. Les activités spécifiques à cette fin sont énumérées à la section 5.

## **LEADERS D'OPINION**

**Objectif principal : 3.4 – Influencer les leaders d'opinion de groupes sectoriels clés ayant un impact sur les espèces migratrices, y compris par des conseils d'experts, par l'intermédiaire de la CMS**

22. Cibler des décideurs et des leaders d'opinion exige une approche différente qu'à l'égard d'autres publics. Les contacts vont généralement s'établir à un niveau élevé, impliquant donc la participation directe du Secrétaire exécutif de la Convention. Le Secrétariat devrait apporter son aide en fournissant du matériel et des renseignements ciblés à l'appui des réunions prévues. En outre, l'identification d'"ambassadeurs de la CMS" aux niveaux international et national pourrait faciliter cette tâche. L'Association des amis de la CMS aura également un rôle actif à jouer en améliorant le profil de la Convention aux niveaux local et international. L'aide des Parties et des partenaires de la CMS est essentielle pour l'identification ainsi que pour le contact avec des politiciens et des décideurs. Les activités détaillées sont énumérées à la section 5.

## **MATERIAL D'INFORMATION**

**Objectif principal : 3.6 – Dissémination de matériel d'information clé dans les langues appropriées des Nations unies vers des publics identifiés ciblés**

**Objectif qui s'y rapporte : Renforcement de l'identité de la famille de la CMS**

23. L'information de la CMS dans son ensemble doit être mise à jour (voir section 5). Notamment, un guide destiné à la famille de la CMS doit être élaboré. Il devrait comporter des renseignements officiels sur la CMS et les traits pertinents des Accords et des MoU (textes officiels, résolutions) et projets s'y rapportant. Sous réserve de la disponibilité de fonds, le guide devrait être traduit dans toutes les langues des Nations unies. Les Parties sont encouragées à traduire les parties principales pour la consommation locale. Le tableau suivant énumère – pour le tenir à jour – le matériel de contact et de communication actuel et à venir (en caractères gras).

<p><b>Outils généraux</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Site web de la CMS</li> <li>• Affiche officielle de la CMS “En marche pour 2010”</li> <li>• Exposition commune de la CMS</li> <li>• Présentations “Power Point”</li> <li>• Clip video (2005)</li> <li>• <b>Mise en évidence des activités des Parties</b></li> </ul>	<p><b>Documents officiels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Texte de la Convention</li> <li>• Annexes I &amp; II</li> <li>• Travaux des réunions de la COP</li> <li>• Texte des Accords, MoU, Plans d’action</li> </ul>
<p><b>Publications / Matériel d’information</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Newsletter électronique de la CMS</li> <li>• <b>Guide pour la famille de la CMS</b></li> <li>• <b>Plan stratégique de la CMS</b></li> <li>• Brochure de la CMS (Al, An, E, F, R) texte disponible en chinois</li> <li>• Natur ohne Grenzen – 25 Jahre Bonner Konvention (BMU brochure en allemand)</li> <li>• Une brève introduction à la CMS (An, E, F)</li> <li>• Dépliant de la CMS pour enfants (Al)</li> <li>• Fiches d’information (Carte &amp; Liste des Parties, Couverture mondiale, Fiches résumées d’Accord, Organigrammes)</li> <li>• Texte : La biodiversité en marche (WSSD)</li> <li>• Dépliant SIDS</li> <li>• <b>Brochure ONG</b></li> <li>• <b>Brochure du secteur privé</b></li> <li>• <b>Brochure des décideurs</b></li> <li>• Kit d’outils de la CMS</li> <li>• <b>Kit d’outils de la CMS pour enseignants</b></li> </ul>	<p><b>Information spéciale et technique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Listes (correspondants nationaux, conseillers scientifiques, noms vulgaires des espèces)</li> <li>• Echantillon d’instruments d’adhésion et de ratification</li> <li>• Publication d’une série technique (1 à 9)</li> <li>• WAF CET I-III</li> <li>• Conservation des cétacés</li> <li>• Etude de petits cétacés</li> </ul> <p><b>Autres documents</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transformation de la CMS en législation et programmes nationaux</li> <li>• Importance de la CMS (Afrique, Asie, AL)</li> </ul>
<p><b>Information des médias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Communiqués de presse</li> <li>• Kits de presse pour les COP</li> <li>• <b>Renseignements de base</b></li> </ul>	<p><b>Matériel de promotion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calendrier de la CMS</li> <li>• Etiquettes du logo</li> <li>• Pins de revers avec logo de la CMS</li> <li>• Affiches</li> </ul>

#### 4. Ressources

D’après les estimations actuelles, les coûts internes du Personnel de la CMS pour la mise en œuvre de l’OCP pendant la période triennale 2006-2008, avec le personnel actuel, devrait s’élever à environ 298 000 dollars des E-U. En outre, un autre montant d’environ 282 000 dollars des E-U serait nécessaire pour financer des produits, des campagnes et autres moyens de contact au titre de l’option budgétaire 3 et de 448 000 dollars des E-U au titre de l’option 4 (référence est faite au document du budget). Des ressources supplémentaires devraient être réunies à partir de donations des Parties, de partenaires et de parrainages d’hommes d’affaire.

## 5. Tableau d'activités pour le Secrétariat, les Parties et les partenaires

<i>Cible au titre de l'objectif 3</i>	<i>Autres cibles qui s'y rapportent</i>	<i>Secrétariat</i>	<i>Parties</i>	<i>Partenaires de la CMS</i>
3.1 Accroître l'engagement et la participation des Parties à la CMS	4.7 Renforcer la capacité régionale notamment là où la CMS est sous-représentée	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer un système électronique pour la livraison rapide de notifications et notes d'information aux Parties (correspondants)</li> <li>- Continuer la couverture régulière des activités de la CMS et la diffusion de nouvelles relatives à la conservation affichées sur le site web de la CMS</li> <li>- Continuer la production d'autres matériels d'information [cartes, liste des Parties, couverture mondiale, etc.] pour tenir les Parties au courant de l'évolution de la situation</li> <li>- Poursuivre la diffusion de la newsletter de la CMS y compris des articles sur les applications nationales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aider aux activités d'information au niveau national (biodiversité)</li> <li>- Traduire des documents de la CMS dans les langues nationales</li> <li>- Fournir un lien à la CMS et aux Accords qui s'y rapportent sur le site web national</li> <li>- Demander à la France et à l'Espagne/Amérique Latine de créer un site web en français et en espagnol</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apporter une aide aux activités conjointes d'information et les développer (voir par ex. Lufthansa)</li> <li>- Fournir des liens sur leurs sites web</li> <li>- Fournir au Secrétariat de la CMS des données pertinentes</li> </ul>
3.2 Accroître l'engagement des non-Parties à la CMS	4.1 Augmenter de 30 Parties le nombre des adhérents à la CMS pour les mémorandums et les nouveaux accords	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cibler le matériel d'information sur les non-Parties, y compris la pertinence de la CMS, les procédures d'adhésion, les projets pertinents</li> <li>- Etablir des contacts bilatéraux avec des ministères (lettres, réunions)</li> <li>- Adresser des brochures et des renseignements aux ONG, aux universités et institutions académiques et scientifiques de non-Parties</li> <li>- Appuyer des activités de contact</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Donateurs : fournir une aide financière pour l'organisation d'ateliers</li> <li>- Aider le Secrétariat de la CMS à établir des contacts bilatéraux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fournir des renseignements sur leur site web concernant l'importance de la CMS et des Accords pour les non-Parties</li> <li>- Prévoir des activités conjointes pour les non-Parties</li> <li>- Aider à la préparation et à l'organisation d'ateliers régionaux et nationaux</li> </ul>

<i>Cible au titre de l'objectif 3</i>	<i>Autres cibles qui s'y rapportent</i>	<i>Secrétariat</i>	<i>Parties</i>	<i>Partenaires de la CMS</i>
3.3. Augmenter le nombre de partenaires soutenant la CMS	<p>4.3. Augmenter les activités de coopération avec les MEA et les partenaires clés</p> <p>4.8 Assurer largement le financement extra-budgétaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faire des expositions à des réunions pertinentes de TME et d'OIG importantes, organiser des présentations/manifestations marginales et faire des déclarations aux réunions les plus importantes sur la biodiversité et l'environnement</li> <li>- Créer de nouvelles commissions portant en particulier sur les régions</li> <li>- Accroître la participation à la CMS et sa contribution à la célébration des futures Journées mondiales de l'environnement (juin 5)</li> <li>- Participer à la célébration de la Journée de la biodiversité (22mai) et contribuer à celle-ci</li> <li>- Préparer des brochures et des pages web destinées au secteur privé</li> <li>- Tenir informées par courrier régulièrement les entreprises partenaires</li> <li>- Créer un portail BLG en collaboration avec d'autres membres du BLG</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Echanger des informations entre les correspondants de la CMS et autres correspondants adéquats, également par des réunions régulières</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aider le réseau des Parties à la CMS et faire participer aux travaux de la CMS de nouveaux partenaires bilatéraux</li> <li>- Conclure des accords de partenariat avec la CMS et établir un JPOW sur une base annuelle</li> </ul>
3.4 Accroître la prise de conscience de la CMS par des médias clés	4.4. Renforcer l'identité de la famille de la CMS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcer les aspects médiatiques du site web (créer une "Salle des médias" spéciale avec des documents d'information destinés à la presse, des résumés en espagnol et en français)</li> <li>- Fournir des renseignements sur les espèces en se référant à la base de données de l'UICN</li> <li>-Etablir une unité médiatique commune des relations extérieures de la famille de la CMS, y compris des contacts avec le secrétariat de la mer de Wadden et partager le plan d'information avec</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les correspondants traduiront des communiqués de presse dans les langues nationales et les communiqueront aux médias nationaux</li> <li>- Fournir au Secrétariat des articles pertinents publiés dans la presse nationale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fournir régulièrement des renseignements par newsletters et sites web sur les activités de la famille de la CMS</li> </ul>

<i>Cible au titre de l'objectif 3</i>	<i>Autres cibles qui s'y rapportent</i>	<i>Secrétariat</i>	<i>Parties</i>	<i>Partenaires de la CMS</i>
		<p>ACAP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utiliser les canaux d'information spécialisés de la CMS et des Accords pour souligner d'importantes questions communes (coordonner les communiqués de presse basés sur le web)</li> <li>- Harmoniser l'image de l'entreprise dans des publications, des logos, la newsletter illustrée, le site web, la brochure illustrée, la présentation « Power Point »- « marque » CMS</li> <li>- Créer des clips vidéo sur la famille de la CMS qui seront diffusés aux stations TV</li> <li>- Inviter les médias à des visites sur le terrain pour les informer de projets pilotes</li> <li>- Créer/tenir à jour une liste de contacts de presse [y compris des contacts réguliers avec des journaux internationaux, des newsletters pour OIG et ONG, des magazines et la presse spécialisée]</li> <li>- Publier sur une base régulière des communiqués de presse/articles de fond sur des événements concernant la CMS et les Accords, des initiatives, des réunions et des projets</li> <li>- Communiquer régulièrement avec les médias d'UNIB, de RUSIC et du PNUE</li> <li>- Coordonner des séances d'information avec le RUSIC pour les médias allemands et Deutsche Welle pour l'information internationale</li> </ul>		

<i>Cible au titre de l'objectif 3</i>	<i>Autres cibles qui s'y rapportent</i>	<i>Secrétariat</i>	<i>Parties</i>	<i>Partenaires de la CMS</i>
3.5 Influencer les secteurs leaders d'opinion sur les espèces migratrices		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifier les ambassadeurs bénévoles de la CMS aux niveaux international et national</li> <li>- Préparer des brochures ciblées pour les décideurs et les politiciens</li> <li>- Organiser des contacts ciblés avec des leaders d'opinion sur des événements spécifiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aider le Secrétariat de la CMS à identifier des ambassadeurs de la CMS au niveau national</li> <li>- Faciliter les contacts entre le Secrétariat de la CMS d'une part et les politiciens et décideurs nationaux d'autre part grâce à des réunions</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aider le Secrétariat de la CMS à identifier les ambassadeurs de la CMS aux niveaux national et international</li> <li>- Faire équipe avec le Secrétariat de la CMS pour communiquer avec les politiciens et les décideurs intéressés et/ou réaliser des activités conjointes (lettres conjointes aux ministres, communiqués de presse conjoints, etc.)</li> </ul>
3.6 Diffuser le matériel d'information dans les langues appropriées des Nations unies	4.4. Renforcer l'identité de la famille de la CMS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préparer et publier un guide de la "famille de la CMS » contenant les textes de la CMS et des Accords, les traits pertinents, les décisions et les projets qui s'y rapportent (à traduire dans toutes les langues des Nations unies)</li> <li>- Publier le Plan stratégique</li> <li>- Poursuivre la publication du plan annuel conjoint et autres publications conjointes</li> <li>- Poursuivre la publication de la newsletter électronique pour y inclure des renseignements sur les accords</li> <li>- Améliorer le site web pour qu'il contienne également des informations spécifiques pour tous les participants dont la presse, les enfants, les institutions académiques, les ONG et les Parties</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fournir une aide financière pour la préparation et la publication du "Guide de la famille de la CMS ", le SP et autres publications</li> <li>- Fournir la traduction officielle des brochures et des documents d'information de la CMS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diffuser le matériel de la CMS à leurs réunions /événements</li> <li>- Préparer des publications conjointes sur les questions d'intérêt commun</li> <li>- Elaborer des publications sur des groupes d'espèces tels que les tortues marines, les oiseaux d'eau, etc. basées sur "La conservation des cétacés"</li> </ul>