



**Conseil économique  
et social**

Distr.  
LIMITÉE

ECE/MP.PP/WG.1/2009/L.4  
29 avril 2009

FRANÇAIS  
Original: ANGLAIS

---

**COMMISSION ÉCONOMIQUE POUR L'EUROPE**

**RÉUNION DES PARTIES À LA CONVENTION SUR  
L'ACCÈS À L'INFORMATION, LA PARTICIPATION DU  
PUBLIC AU PROCESSUS DÉCISIONNEL ET L'ACCÈS  
À LA JUSTICE EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT**

Groupe de travail des Parties à la Convention

Onzième réunion  
Genève, 8-10 juillet 2009  
Point 17 de l'ordre du jour provisoire

**PROPOSITION DE PROCÉDURE POUR L'ÉLABORATION  
D'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION**

Proposition soumise par le Bureau

1. À sa troisième session, la Réunion des Parties a adopté le programme de travail de la Convention pour 2009-2011<sup>1</sup>. L'Activité III de l'annexe I du programme de travail porte sur la sensibilisation et la promotion de la Convention et du Protocole sur les registres des rejets et transferts de polluants (RRTP), y compris dans le cadre d'une stratégie de communication. Les Parties ont confié l'élaboration de cette stratégie au secrétariat, à un groupe d'experts chargé de la stratégie de communication et au Groupe de travail des Parties.

---

<sup>1</sup> ECE/MP.PP/2008/2/Add.17.

2. La présente note traite de la procédure à suivre pour élaborer une stratégie de communication qui complète le Plan stratégique 2009-2014 de la Convention<sup>2</sup> adopté par la Réunion des Parties à sa troisième session. On trouvera dans l'annexe à la présente note un projet de mandat du futur groupe d'experts chargé de la stratégie de communication.

3. Cette stratégie de communication devrait promouvoir la sensibilisation à la Convention et au Protocole sur les RRTP et faire progresser la réalisation des buts et objectifs stratégiques en proposant des messages clefs ciblés sur les groupes jugés comme les mieux placés pour les appliquer de manière effective. Elle doit également fournir un cadre permettant d'utiliser les moyens de communication les plus efficaces, adaptés à des publics spécifiques, de manière efficace par rapport au coût. En outre, la stratégie de communication devrait fournir au secrétariat des orientations concernant les activités concrètes qui pourraient être entreprises au cours de la mise en œuvre du programme de travail de la Convention pour 2009-2011, notamment en matière de sensibilisation et de renforcement des capacités. La stratégie devrait également mettre en lumière les mesures qui pourraient être prises par les organisations partenaires à l'appui de la mise en œuvre de la Convention et/ou du Protocole.

4. Le Plan stratégique 2009-2014 porte sur trois domaines d'intervention principaux – la mise en œuvre, l'expansion et le développement – et comprend au total 30 objectifs relevant de ces domaines. Le cadre du Plan stratégique de mise en œuvre propose des types d'activités et des partenaires d'exécution possibles pour chaque objectif. La stratégie de communication devrait préciser:

- a) Les messages prioritaires;
- b) Les méthodes et les moyens utilisés pour faire passer les messages clefs;
- c) Les groupes ou publics cibles qui seront visés par les messages clefs pour chacun des objectifs adoptés dans le Plan stratégique.

---

<sup>2</sup> ECE/MP.PP/2008/2/Add.16.

5. À sa onzième réunion, le Groupe de travail des Parties sera invité à examiner une proposition de procédure pour la création du groupe d'experts et l'établissement de son mandat en vue de l'élaboration d'une stratégie de communication.
6. Un groupe spécial d'experts chargé de la communication stratégique sera créé et sera chargé d'élaborer dans un délai déterminé une stratégie de communication devant être adoptée par le Groupe de travail des Parties à sa douzième réunion. Ce groupe spécial d'experts sera appelé «Groupe d'experts de la communication stratégique».
7. Les Parties et signataires de la Convention et/ou du Protocole et les organisations partenaires pour le renforcement des capacités et organisations non gouvernementales reconnues seront invités à désigner les experts qui feront partie du groupe dans lequel les différents domaines d'activité du programme de travail de la Convention seront représentés.
8. Le Bureau de la Convention procédera à la sélection finale des membres du groupe d'experts en tenant compte des nominations communiquées par les Parties et les signataires, les institutions de renforcement des capacités partenaires et les organisations non gouvernementales, ainsi que de la représentation des domaines du programme de travail, de la répartition géographique, des compétences dans le domaine de la communication, ainsi que du principe de la participation du public à la mise en œuvre de la Convention. Le groupe d'experts ne devrait pas compter plus de 15 membres<sup>3</sup>.
9. Le Groupe de travail est invité à examiner s'il convient de demander au secrétariat d'engager un expert consultant en communication stratégique afin de faciliter les travaux du groupe d'experts et de l'aider à élaborer ses conclusions.
10. Le Groupe de travail est également prié d'examiner s'il conviendrait que le Groupe de travail des Parties désigne un président avant la première réunion du groupe d'experts.

---

<sup>3</sup> Dans le programme de travail pour 2009-2011, le coût estimatif du groupe d'experts est compris entre 8 000 et 16 000 dollars. Le coût de l'engagement d'un expert consultant en communication ne devait pas dépasser 5 000 dollars.

## Annexe

### **PROJET DE MANDAT DU GROUPE D'EXPERTS DE LA COMMUNICATION STRATÉGIQUE**

Le Groupe de travail des Parties:

1. Établit un groupe d'experts de la communication stratégique placé sous l'autorité du Groupe de travail des Parties;
2. Prie le groupe d'experts, avec l'aide du secrétariat et sous réserve des ressources disponibles:
  - a) De rédiger de manière claire et concise un énoncé des objectifs relatifs à la communication du programme de travail et du Plan stratégique 2009-2014, notamment les principes sur lesquels repose la stratégie de communication;
  - b) De trouver pour la Convention une formule ou un slogan qui reflètent pour le public les valeurs qu'elle défend;
  - c) De concevoir des messages clairs et simples et de montrer comment ils pourraient fonctionner dans différents contextes, par exemple dans un communiqué de presse, un rapport, un article de journal, un article universitaire ou une page Web;
  - d) De dresser la liste de toutes les activités de communication importantes, sous la forme d'un plan de mise en œuvre, précisant les échéances et les responsabilités, notamment les dates butoirs, les principales étapes et les stades de réexamen, de même que les mesures utilisées pour évaluer les résultats obtenus dans la réalisation des objectifs de communication;
  - e) De recenser et de mettre en commun les compétences, l'expérience et les meilleures pratiques en matière de communication, notamment par le biais du mécanisme d'échange et d'autres moyens électroniques d'échanges d'informations;
  - f) D'élaborer une stratégie de communication, comprenant un plan de mise en œuvre, en tenant compte des aspects suivants:

- i) Hiérarchisation des publics et des groupes d'utilisateurs visés selon leur importance et leur influence par rapport aux objectifs du Plan stratégique;
- ii) Façon dont le programme de travail est perçu à l'extérieur parmi les publics cibles potentiels;
- iii) Canaux effectivement utilisés ou que pourraient privilégier les publics cibles de la Convention et détermination de ceux dont l'impact sera le plus fort;
- iv) Estimation du temps et de l'argent nécessaires, de façon à garantir un bon rapport coût-efficacité en privilégiant les activités ayant un impact important et peu coûteuses;
- v) Synergies et possibilités de coopération avec les organisations et les processus concernés, notamment la Commission européenne, l'ECO-Forum européen, les Centres régionaux pour l'environnement, les centres Aarhus parrainés par l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe et les secrétariats des accords multilatéraux sur l'environnement concernés;
- vi) Travaux menés par les gouvernements, les organisations internationales, les organisations non gouvernementales, les instituts de recherche et d'autres parties prenantes dans le domaine de la communication, afin de tirer parti de ces travaux et d'éviter les chevauchements.

3. Prie en outre le groupe d'experts de présenter les résultats de ses travaux au Groupe de travail des Parties pour que celui-ci examine et adopte, s'il le juge utile, la stratégie de communication à sa douzième réunion.

-----