



NATIONS
UNIES

EP

UNEP/MED WG.579/5



**PROGRAMME DES NATIONS UNIES
POUR L'ENVIRONNEMENT
PLAN D'ACTION POUR LA MÉDITERRANÉE**

19 janvier 2024
Original : anglais
Français

Premier comité de pilotage du projet SEMPA financé par l'UE

Athènes, Grèce, 7 février 2024

Point 4 à l'ordre du jour : Projet SEMPA : Stratégie de communication

Plan de communication et de visibilité

Pour des raisons de coût et de protection de l'environnement, le tirage du présent document a été restreint. Il est aimablement demandé aux délégations d'apporter leur copie de ce document aux réunions et de s'abstenir de demander des copies supplémentaires.

PNUE/PAM
Athènes, 2024

Introduction

1. Pour atteindre les objectifs du projet SEMPA, une stratégie de communication efficace est nécessaire pour faciliter la communication interne et externe et le dialogue sur les résultats, les bonnes pratiques et les enseignements tirés. Cette stratégie est pleinement intégrée et soutient le plan de communication du PNUE/PAM - Convention de Barcelone, ciblant les décideurs pour aborder les principales questions stratégiques incluant le soutien à la planification intégrée des aires côtières et marines, la gestion et les besoins d'application de la loi au moyen d'une coopération régionale et de synergies entre les activités en cours. Il vise également d'autres publics clés tels que les gestionnaires d'AMCP et les principales parties prenantes des AMCP afin de continuer à renforcer le niveau de gestion efficace des AMCP dans les pays ciblés et en Méditerranée, ainsi que le secteur privé pour soutenir la diversification de l'économie locale afin de garantir que les communautés locales concernées disposent d'un revenu durable.

Dans ce contexte, le plan de communication et de visibilité actuel vise à identifier les principaux objectifs, les groupes cibles et les activités de communication afin d'assurer une diffusion réussie des résultats obtenus par le projet.

Le plan de communication et de visibilité du projet SEMPA s'articule autour des trois grandes sections suivantes :

- A. Objectifs et groupes cibles
- B. Activités de communication et de visibilité
- C. Ressources

A – Objectifs et groupes cibles

1. Objectifs généraux de communication

- Sensibiliser et faire connaître le projet SEMPA, ses initiatives directrices et ses principaux objectifs dans la région méditerranéenne et le promouvoir dans les pays partenaires en soulignant leur rôle dans le projet et leur contribution globale au processus.
- Diffuser les avantages de la mise en œuvre du projet SEMPA et son rôle dans le processus plus large lié à la mise en œuvre des ODD 13, ODD 14, ODD 15 et ODD 5, la stratégie pour l'après 2020 de la Convention sur la diversité biologique et le Protocole ASP/DB.

2. Groupes cibles & Objectifs spécifiques pour chaque groupe cible, liés aux objectifs de l'action et aux phases du cycle du projet

Groupe cible : les décideurs

Raison d'être : Dans le cadre du système PNUE/PAM- Convention de Barcelone, sensibiliser les responsables politiques et les décideurs aux niveaux national, européen et méditerranéen, aux défis et aux solutions pour atteindre les ODD 13, 14, 15 et 5 en Méditerranée, contribuer au Cadre de la biodiversité pour l'après-2020 et mettre en œuvre l'approche écosystémique visant le bon état écologique. Ce groupe cible est important pour la durabilité des actions proposées.

Qui :

- Représentants de l'Algérie, de l'Égypte, d'Israël, de la Jordanie, du Liban, de la Libye, du Maroc, de la Palestine et de la Tunisie, y compris, mais sans s'y limiter à : des fonctionnaires, des décideurs politiques et les ministères concernés, c'est-à-dire les ministères de l'Environnement, de la Pêche, du Tourisme, de la Mer et de l'Aménagement du territoire, des Forêts, de l'Agriculture, de l'Eau, du Développement local, etc.
- Points focaux nationaux du PAM et du CAR/ASP.

- Autres points focaux nationaux des CAR pertinents.

Groupe cible : gestionnaires AMCP

Raison d'être : s'assurer que les gestionnaires d'AMCP concernés et les autres parties prenantes sont conscients des principaux objectifs et des progrès du projet, qu'ils contribuent à la recherche de solutions de gestion et qu'ils soutiennent activement leur mise en œuvre aux niveaux local, national et régional et qu'ils veillent à la poursuite, au suivi et à la réplication des activités du projet. Ce groupe cible est important pour la durabilité des actions proposées.

Qui :

- Gestionnaires d'AMCP et autres parties prenantes impliquées dans la création et/ou la gestion d'AMP en Algérie, en Égypte, en Israël, en Jordanie, au Liban, en Libye, au Maroc, en Palestine et en Tunisie.
- Gestionnaires d'AMCP au niveau méditerranéen.

Groupe cible : Experts impliqués dans le développement et la gestion d'IMAP et d'AMP

Raison d'être : Les scientifiques sont conscients des principaux objectifs et produits du projet et participent à la définition des solutions de gestion des AMP et de la stratégie de développement des AMP (à l'échelle locale et régionale). Ils sont également conscients du processus IMAP et de sa consolidation et contribuent à la réflexion et à la mise en œuvre du suivi de la biodiversité et de l'hydrographie.

Qui :

- Membres du groupe ad hoc d'experts sur les AMP en Méditerranée (AGEM).
- Scientifiques, institutions scientifiques et réseaux pertinents.

Groupe cible : Communautés locales

Raison d'être : Les communautés locales à l'intérieur et autour des AMCP sont conscientes des principaux objectifs du projet et de son importance, soutiennent sa mise en œuvre dans la mesure du possible et appuient partiellement ou totalement le processus de conservation/surveillance de la biodiversité.

Qui :

- Diverses parties prenantes impliquées dans l'utilisation et la gestion des AMPC dans les pays partenaires : pêcheurs, secteur touristique local et autres opérateurs économiques concernés, populations locales, organisations de la société civile, etc.

Groupe cible : d'autres projets et initiatives pertinents

Raison d'être : sensibiliser à la façon dont le projet SEMPA contribue à la protection et à la restauration de la biodiversité dans la région méditerranéenne et explorer les synergies et la collaboration pour les phases actuelles et futures. Ce groupe cible est également important pour la durabilité de l'action proposée.

Qui :

- Autres projets, initiatives et processus régionaux (méditerranéens) (UICN Med).
- Organisations intergouvernementales et autres conventions/accords pertinents (par exemple, la Convention sur la diversité biologique (CDB), la Commission générale des pêches pour la Méditerranée (FAO/CGPM, ACCOBAMS, etc.).

B. Activités de communication envisagées au cours de la période (non liées à des réunions/ateliers/événements) :

- Des produits de communication mettant en évidence les résultats atteints et les enseignements tirés du projet, y compris une illustration élaborée par les partenaires du projet ; ce document sera distribué par chaque organisation dans leur bulletin d'information électronique (y compris le bulletin d'information du PAM), sur leur site Internet et dans les médias sociaux, ainsi qu'à l'occasion de leurs événements. - Public cible : tous les groupes cibles
- Créer et mettre à jour régulièrement la page Internet du projet SEMPA sur les sites web du PNUE/PAM et du CAR/ASP et diffuser les dernières nouvelles du réseau méditerranéen d'AMP et de la mise en œuvre de l'IMAP à travers le réseau du PNUE/PAM et du CAR/ASP. - Public cible : - Décideurs, Gestionnaires, Scientifiques
- Médiatisation par les partenaires locaux autour des avancées et des résultats du projet (TV, radio, presse) et réseaux sociaux - Public cible : Décideurs et communautés locales
- Mise à jour de la base de données en ligne sur les AMP en Méditerranée (MAPAMED) - Public cible : Scientifiques et communautés locales
- Publication de tous les documents et réalisations produits dans le cadre du projet.

Communication événementielle : L'exécution du projet sera finalisée en août 2027, les produits et les résultats développés par le projet seront présentés et diffusés lors de plusieurs événements qui auront lieu tout au long de la mise en œuvre du projet. Ce processus comprendra la participation à plusieurs conférences des parties contractantes (COP) ainsi qu'à d'autres événements clés (à mettre à jour régulièrement)

- Réunion de lancement et comités de pilotage
- Conférence IMPAC6
- Forum mondial UICN

Tous les documents du projet ainsi que le matériel de communication et de visibilité seront conformes au manuel de communication et de visibilité de l'UE pour l'action extérieure de l'UE, qui doit être respecté pendant la mise en œuvre du projet par le PAM/PNUE et le CAR/ASP et d'autres partenaires ou sous-traitants.

3. Indicateurs

Les résultats attendus en matière de communication et de visibilité de ce projet (et les indicateurs correspondants), conformément aux objectifs définis au point A du présent plan de communication et de visibilité, sont les suivants :

- Les parties prenantes et les principaux décideurs sont conscients des activités et des résultats du projet - INDICATEURS : (1) nombre de documents officiels du PNUE/PAM, y compris le matériel de gouvernance, mais aussi de communication, incluant la description des activités et des résultats du SEMPA (2) nombre d'activités organisées au niveau national et local incluant les aspects de communication
- Les bénéfices de la mise en œuvre du projet SEMPA pour le cadre régional et international sont visibles - INDICATEURS : (1) nombre de références au projet dans les événements régionaux et internationaux

C - Ressources

4. Ressources humaines

Les actions de communication et de visibilité seront mises en œuvre par le personnel du PNUE/PAM nommé pour soutenir la mise en œuvre harmonieuse du projet, avec le soutien du personnel de base ainsi que le soutien du CAR/ASP et d'autres partenaires du projet.

5. Ressources financières

Le budget pour la communication et la visibilité a été inclus dans le budget des activités du projet.

En outre, le budget de voyage de la proposition de projet comprend également un financement approprié pour couvrir les activités de sensibilisation nécessaires, la participation à des réunions régionales et internationales pertinentes, le cas échéant.

6. Produits de communication/visibilité déjà réalisés :

N/A