

Résumé des mesures à prendre : **Convention de Nouméa - Stratégie de communication et autres contenus associés.**

Introduction

Dans le cadre du plan de travail et du budget concernant la Convention de Nouméa, approuvés par les Parties lors de la 18ème réunion de la Conférence des Parties, le PROE progresse dans l'élaboration d'une Stratégie de communication destinée à la Convention de Nouméa. Ce travail est dirigé par l'unité de communication et de sensibilisation du PROE.

La Convention de Nouméa est la composante régionale pour le Pacifique du programme des mers régionales du Programme des Nations Unies pour l'environnement, lancé en 1972. Elle a été adoptée en 1986 et est entrée en vigueur en 1990 avec deux protocoles : le Protocole sur les déversements et le Protocole sur les situations d'urgence. La Convention de Nouméa vise à prévenir, réduire et maîtriser la pollution dans la zone couverte par la Convention, peu importe la source, et à assurer une gestion environnementale saine, ainsi que le développement des ressources naturelles.

Les 12 Parties à la Convention sont l'Australie, les Îles Cook, les États fédérés de Micronésie, les Fidji, la France, la République des Îles Marshall, Nauru, la Nouvelle-Zélande, la Papouasie-Nouvelle-Guinée, Samoa, les Îles Salomon et les États-Unis.

L'élaboration de la Stratégie de communication pour la Convention de Nouméa et des autres contenus associés se fera selon une approche consultative, par des moyens virtuels, et lorsque cela sera possible, en face à face. Cela stimulera l'appropriation du projet, sachant que la mise en œuvre de la Stratégie de communication sera dirigée par le PROE, en partenariat avec tous les Parties contractantes.

L'objectif consiste à élaborer un projet de stratégie et d'identité de marque provisoires permettant de recevoir des commentaires, jusqu'à leur approbation (en principe d'ici fin 2026) et de commencer la création des supports en 2027.

D'ici la tenue de COP de Nouméa, la Stratégie et les produits/ressources seront prêts à être approuvés et diffusés auprès des membres, pour les aider à mettre en œuvre de la Stratégie de communication.

À propos de la stratégie de communication

- La Stratégie de communication sera conviviale et facile à utiliser, et s'accompagnera d'un plan de mise en œuvre, avec une approche partagée de suivi et d'évaluation.
- Des objectifs seront définis, que toutes les Parties s'y engageront à atteindre dans le cadre de la mise en œuvre de la Stratégie.
- Les premières activités de communication de base seront réalisées (par exemple site Web, fiche d'informations, brochure, marque, tour de cou pour badge, afin d'assurer une bonne visibilité)
- Une séance de formation/une visite sera proposée avec les Parties pendant la COP.

Approche consultative

Un point de contact de communication sera demandé à chaque Partie contractante. Son rôle sera le suivant :

- Agir comme point de contact pour toutes les communications concernant l'élaboration de la Stratégie de communication de la Convention de Nouméa et d'autres contenus associés.
- Faciliter la contribution, les consultations et les discussions au sein de leur équipe nationale et des parties prenantes lorsque cela est nécessaire, et à chaque version du projet de Stratégie de communication et autres contenus associés.

- Fournir des retours et des conseils au PROE au fur et à mesure de l'élaboration de la Stratégie de communication et des autres contenus associés, ou encore sur demande.
- Se rencontrer virtuellement et/ou en face à face si l'occasion se présente, pour se concerter et finaliser la Stratégie de communication ainsi que d'autres contenus associés, en vue de leur validation.
- Approuver et s'accorder sur la Stratégie de communication finale et autres contenus associés à présenter à la COP de Nouméa, pour approbation.

Calendrier proposé – sachant qu'il n'est pas définitif et qu'il peut être modifié si nécessaire

Mois	Activité
Avril - Mai	<ul style="list-style-type: none"> • Notification aux Parties de la demande visant à désigner un point de contact • Enquête distribuée pour fournir un contenu contribuant à l'élaboration de la Stratégie • Ébauche de stratégie élaborée à des fins consultatives • Partage de la Stratégie avec les points de contact des Parties contractantes, pour obtenir leurs commentaires. • Réunion virtuelle proposée pour passer en revue et recueillir davantage de commentaires et d'orientations pour les prochaines étapes.
Juin - juillet	<ul style="list-style-type: none"> • Élaboration des versions 2 et 3 (à confirmer) de la Stratégie de communication, afin de recueillir des commentaires. • Établissement d'une liste de produits, pour discussion et distribution. • Recrutement d'un graphiste pour lancer la mise au point d'une identité de marque, qui sera soumise à consultation afin de recueillir des commentaires. • Recrutement d'un rédacteur chargé de rédiger des textes sur le contenu des produits
Août - Septembre	<ul style="list-style-type: none"> • Distribution de la version 4 (à confirmer) de la Stratégie de communication, pour obtenir des commentaires. • Approbation de l'identité de marque. • Élaboration de modèles et de textes sur l'identité de marque. • Présentation de la version 5 (à confirmer) de la Stratégie de communication et des modèles élaborés, lors d'une séance en présentiel à l'occasion de la Conférence sur la préservation de la nature
Octobre	<ul style="list-style-type: none"> • Version 6 et Stratégie de communication finale en vue d'un accord de principe et d'un accord sur les prochaines étapes.
2027	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en œuvre des prochaines étapes convenues et lancement du processus visant à obtenir les ressources convenues à des fins de distribution, dès que la Stratégie de Nouméa et le plan de déploiement auront été approuvés.