

STRATÉGIE DE COMMUNICATION DU GIEC

Texte adopté par le Groupe d'experts lors de sa trente-cinquième session (Genève, 6-9 juin 2012), puis modifié lors de sa quarante-quatrième session (Bangkok, 17-20 octobre 2016)

Introduction

Lors de sa 33^e session à Abou Dhabi en mai 2011, le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) a approuvé les orientations relatives à sa stratégie de communication¹ en réponse aux recommandations émises par le Conseil interacadémique en août 2010 à ce sujet. Aujourd'hui encore, les communications du GIEC s'appuient sur ces orientations, dont les extraits les plus pertinents sont rappelés dans le présent document.

Lors de sa 35^e session à Genève en juin 2012, le GIEC a adopté sa stratégie de communication et prié le Comité exécutif d'établir un plan d'action pour ladite stratégie. Lors de sa 43^e session à Nairobi en avril 2016, par sa décision IPCC/XLIII-10, le Groupe d'experts a demandé à son Secrétariat de mettre à jour, après avoir consulté le groupe d'action pour la communication, la stratégie en question et le plan d'action y afférent en s'appuyant sur l'expérience acquise en matière de communication et de sensibilisation dans le cadre du cinquième rapport d'évaluation et sur les recommandations issues de la réunion d'experts qui s'est tenue à Oslo en février 2016². La stratégie de communication contribue à la mission du GIEC, qui est de fournir des évaluations scientifiques solides sur lesquelles pourront s'appuyer les politiques climatiques.

Objectifs

- 1) Le GIEC s'est fixé deux grands objectifs en matière de communication:
 - Faire connaître les conclusions de ses évaluations et les méthodes employées en fournissant des informations claires et impartiales sur le changement climatique³, y compris, sans compromettre la précision de ces informations, pour les incertitudes scientifiques;
 - Expliquer son mode de fonctionnement et la manière dont il sélectionne ses auteurs et réviseurs et établit ses rapports et autres publications afin de faciliter la compréhension de ces derniers et d'asseoir sa réputation d'autorité scientifique crédible, transparente et objective.

Principes

- 2) Les communications du Groupe d'experts sont établies conformément aux Principes régissant les travaux du GIEC.

¹ *Guidance on IPCC Communications Strategy:*
http://www.ipcc.ch/meetings/session33/ipcc_p33_decisions_taken_comm_strategy.pdf

² http://www.ipcc.ch/pdf/supporting-material/EMR_COM_full_report.pdf

³ «Le GIEC a pour mission d'évaluer, sans parti pris et de façon méthodique, claire et objective, les informations d'ordre scientifique, technique et socio-économique qui nous sont nécessaires pour mieux comprendre les fondements scientifiques des risques liés au changement climatique d'origine humaine, cerner plus précisément les conséquences possibles de ce changement et envisager d'éventuelles stratégies d'adaptation et d'atténuation. Les rapports du GIEC doivent rendre compte des différentes orientations de façon impartiale, tout en traitant avec objectivité les facteurs scientifiques, techniques et socio-économiques sur lesquels reposent ces orientations.» (Principes régissant les travaux du GIEC, paragraphe 2).
(http://www.ipcc.ch/pdf/ipcc-principles/ipcc_principles_french/ipcc_principles_fr.pdf)

La communication tient une large part dans les travaux du GIEC et contribue de manière essentielle à sa mission, qui est de fournir aux décideurs et aux autres parties prenantes des informations scientifiques rigoureuses et objectives sur le changement climatique² et ses conséquences. Les principes suivants doivent orienter le GIEC dans son travail de communication:

- **Objectivité et transparence.** La communication, telle qu'elle est conçue et pratiquée par le GIEC, doit à tout moment respecter les grands principes d'objectivité, de clarté et de transparence du Groupe d'experts.
- **Informations utiles aux décideurs mais sans caractère prescriptif.** L'une des caractéristiques essentielles des travaux du GIEC est qu'ils aident les décideurs à définir des orientations, sans pour autant préconiser des choix précis. Évaluations et rapports doivent présenter de manière neutre et sans parti pris les différents points de vue scientifiques. La communication, telle qu'elle est conçue et pratiquée par le GIEC, doit respecter ces principes.
- **Cohérence avec les rapports du GIEC.** Alors que le travail du GIEC et la manière dont il établit ses rapports visent à rendre compte d'une diversité de points de vue et de connaissances sur des questions scientifiques très pointues, la teneur de ses communications doit refléter celle de ses rapports, qui ont été soumis à son processus d'examen, puis acceptés, adoptés ou approuvés par ses membres.
- **Positionner le GIEC comme médiateur de référence entre scientifiques et politiques sur la question du changement climatique.** La qualité des rapports du GIEC et leur caractère rigoureux sont déterminés dans une large mesure par le processus international d'évaluation et d'examen par la communauté scientifique, les gouvernements et les autres parties prenantes. Le Groupe d'experts devrait toujours indiquer clairement dans ses communications qui il est et ce qu'il fait, c'est-à-dire fournir les évaluations scientifiques les plus récentes et dignes de foi, afin de remettre en contexte les informations données et faciliter ainsi l'interprétation de ses rapports, tout en veillant à ce que le grand public dispose d'informations objectives à son sujet.
- **Des rapports opportuns et adaptés au public visé.** Pour être efficaces, les activités de communication du GIEC devraient être conçues de façon à ce que les informations appropriées soient publiées en temps opportun, que ce soit pour diffuser des rapports ou pour répondre à des questions ou des critiques.
- **Cohérence des messages.** Pour assurer la cohérence des messages diffusés à l'intention du grand public, le GIEC doit impérativement contrôler et coordonner en interne ses communications et ses décisions.

Activités

3) Les communications du GIEC se divisent en quatre catégories:

- Communications quotidiennes, anticipatives ou réactives;
- Activités prévues, comprenant:
 - La publication de rapports;
 - Les activités de sensibilisation destinées à présenter le travail du GIEC aux publics visés (voir ci-dessous);
 - La participation aux grandes conférences internationales;

- Communications ponctuelles soumises à des modalités précises permettant au Groupe d'experts de réagir rapidement et d'une seule voix;
- Communication des messages et des orientations scientifiques et techniques dans le contexte de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CCNUCC) et des autres instances intergouvernementales du système des Nations Unies.

Publics visés

- 4) Les communications du GIEC s'adressent principalement aux gouvernements et aux décideurs à tous les niveaux, aux Parties à la CCNUCC et, plus généralement, aux organisations intergouvernementales du système des Nations Unies.
- 5) Un public plus large, comprenant notamment les organisations ayant le statut d'observateur auprès du GIEC, la communauté scientifique, le secteur éducatif, les organisations non gouvernementales (ONG), le secteur des affaires et le grand public, s'intéresse également aux travaux et aux évaluations du GIEC. Bien que les communications du Groupe d'experts ne s'adressent pas en premier lieu à ce public, le GIEC doit veiller à ce qu'il y ait accès.
- 6) Il peut arriver que des tiers mettent à profit certains éléments des évaluations du GIEC pour créer des produits accessibles s'adressant à un public déterminé, jouant ainsi un rôle complémentaire appréciable. Le GIEC prend note de ces produits dérivés et peut se mettre en contact avec ceux qui les ont conçus. Toutefois, ces produits ne sauraient être considérés comme relevant à la fois du GIEC et des organismes en question ou être assimilés de quelque manière que ce soit au Groupe d'experts.
- 7) Un bon moyen de diffuser les informations contenues dans ses rapports et de communiquer sur ses méthodes et procédures consiste pour le GIEC à nouer et entretenir des relations avec les médias.
- 8) Les communications et les activités de sensibilisation du GIEC s'adressent à des publics issus du monde entier et par conséquent de nature très diverse. C'est pourquoi elles doivent tenir compte du contexte propre à chaque pays afin d'être adaptées si nécessaire. Par exemple, les impératifs de communication dans les pays en développement ne sont peut-être pas les mêmes que dans les pays développés.

Gouvernance et gestion

- 9) C'est en session plénière qu'il revient en dernier lieu au Groupe d'experts de s'assurer que sa stratégie de communication est adéquate et qu'elle répond à ses attentes et à ses besoins. Entre deux sessions plénières, le Bureau et le Comité exécutif prennent au nom du Groupe d'experts les mesures nécessaires, conformément à la stratégie de communication. Les décisions relatives aux questions fondamentales de communication doivent être examinées et approuvées, selon leur importance, par le GIEC et/ou son Bureau, le cas échéant.
- 10) Les coprésidents des groupes de travail et des équipes spéciales sont responsables de la teneur des activités de communication concernant les rapports dans les domaines qui sont de leur ressort, tandis que le Président du GIEC est responsable de la teneur des communications relatives au rapport de synthèse. Le Comité exécutif supervise la mise en œuvre de la stratégie de communication.

- 11) En matière de communication, le Secrétariat donnera au besoin des conseils d'experts au Président et aux Vice-Présidents du GIEC, aux coprésidents des groupes de travail et des équipes spéciales, aux membres du Bureau et aux coordonnateurs nationaux. Le directeur de la communication au Secrétariat est chargé d'assurer au quotidien la coordination et la cohérence des communications du GIEC.
- 12) Le Comité exécutif tiendra à jour le plan de mise en œuvre de la stratégie de communication, dans lequel seront indiqués les groupes et les personnes habilités à approuver les divers supports et activités de communication adaptés aux différentes situations, notamment dans le cas des communications ponctuelles. Il actualisera ce plan en fonction des circonstances, en en tenant informé le Groupe d'experts.
- 13) Le Secrétaire du GIEC évaluera les communications du Groupe et lui présentera un rapport décrivant notamment la nature et la portée des activités de sensibilisation et de la couverture médiatique. Par ailleurs, des rapports d'évaluation seront régulièrement établis à l'intention du Bureau et du Comité exécutif. Le Secrétaire envisagera le recours à des indicateurs pour appuyer ses évaluations.
- 14) Le Comité exécutif doit réfléchir à la manière d'assurer la continuité des activités de sensibilisation et de tenir à jour le site Web entre les cycles d'évaluation, et détaillera les mesures nécessaires à cette fin dans le plan de mise en œuvre.

Méthodes et outils

- 15) En tant qu'organisme des Nations Unies, le GIEC doit, dans la mesure du possible, publier ses rapports dans les six langues officielles de l'ONU, conformément aux principes qui régissent ses travaux. Les pratiques du GIEC en matière de communication devraient autant que possible suivre ce modèle, et les brochures, communiqués de presse, etc. qui sont publiés devraient être traduits.
- 16) Le Secrétariat aidera les coordonnateurs nationaux à mener des activités de communication dans leurs pays respectifs et encouragera la traduction des textes en langue locale en fournissant si besoin des documents du GIEC. Les coordonnateurs nationaux recevront en temps voulu les supports de communication et les informations concernant les divers événements, et pourront demander conseil au Secrétariat pour les questions relatives aux communications du GIEC.
- 17) Les rapports et autres produits approuvés par le GIEC constituent la référence pour les supports de communication. Ceux-ci doivent être élaborés de manière à faciliter la compréhension de la mission du GIEC au sein des gouvernements, des médias et autres non-spécialistes de la terminologie scientifique⁴. Au moment de mettre la dernière main au résumé à l'intention des décideurs, aux chapitres de présentation générale des rapports méthodologiques et au rapport de synthèse, les coprésidents des groupes de travail et des équipes spéciales, le Président du GIEC et les auteurs doivent garder à l'esprit la nécessité de produire des textes et des schémas clairs, bien présentés et faciles à interpréter à l'appui des principales conclusions du rapport.
- 18) Le site Web du GIEC met à la disposition des publics visés (voir la section homonyme ci-dessus), de manière cohérente et conviviale, tous les documents publiés par le Groupe d'experts. Le Secrétariat veille à améliorer la convivialité de ce site qui est régulièrement mis à jour, notamment pour mettre à profit les technologies et les pratiques les plus récentes, en proposant par exemple un accès sur différentes plates-formes.

⁴ Décision IPCC/XLI-4, §10: Pour améliorer la lisibilité des produits du GIEC, il convient de recourir aux conseils de divers spécialistes.

- 19) Les réseaux sociaux sont très utiles pour renforcer les activités de communication du GIEC et pour toucher directement la société civile et la communauté scientifique, entre autres. Le Secrétariat veillera à ce que les réseaux sociaux soient utilisés à bon escient, compte tenu du caractère scientifique et intergouvernemental du GIEC ainsi que des possibilités d'accès à certains outils dans divers groupes de pays. Il suivra de près l'évolution des nouvelles technologies et des médias, comme les vidéos et les infographies, et les mettra à profit, le cas échéant, pour les communications du GIEC. Enfin, de concert avec le groupe d'action pour la communication, il établira des directives sur l'utilisation des réseaux sociaux à l'intention de tous ceux qui travaillent pour le GIEC.

Porte-parole du GIEC

- 20) Pour assurer l'objectivité et l'exactitude scientifique des informations diffusées, de même que leur utilité et leur opportunité, des porte-parole autorisés doivent être désignés pour intervenir dans diverses situations. Le Président du GIEC et ses vice-présidents sont les principaux porte-parole de l'organisation dans son ensemble; les coprésidents des groupes de travail et des équipes spéciales sont les principaux porte-parole lorsque le sujet concerne les activités du groupe de travail ou de l'équipe spéciale qu'ils dirigent; le Secrétaire et le directeur de la communication peuvent s'exprimer sur les activités et les procédures du GIEC, mais aussi sur des questions institutionnelles.
- 21) Mis à part ces porte-parole, les auteurs ou les vice-présidents des groupes de travail sont les personnes les plus indiquées pour s'exprimer sur les questions scientifiques qui relèvent de leurs compétences ou pour présenter des points de vue régionaux, auquel cas ils pourront être chargés par les coprésidents des groupes de travail et des équipes spéciales, le Président du GIEC ou le Secrétaire de s'adresser aux médias ou de représenter le Groupe d'experts lors de conférences.
- 22) Les porte-parole officiels du GIEC doivent présenter de manière factuelle et objective les informations issues de rapports approuvés par le Groupe d'experts et éviter toute déclaration publique qui pourrait être interprétée comme une prise de position et compromettre ainsi la réputation de neutralité du GIEC.
- 23) Les représentants officiels du GIEC sont vivement encouragés à suivre une formation en communication médiatique, notamment sur la manière de s'exprimer au nom du GIEC ou bien à d'autres titres. Le Secrétariat organisera cette formation selon les possibilités offertes et les ressources disponibles, et publiera des directives concernant la communication avec les médias et le grand public. Une formation aux techniques d'exposé pourrait s'avérer utile pour les activités de sensibilisation.

Ressources

- 24) Les activités de communication sont financées par le GIEC en fonction des ressources disponibles, auxquelles peuvent s'ajouter, en coordination avec le Secrétariat, d'autres financements ou des services d'experts en communication, en particulier lors de périodes d'activité médiatique intense, à l'approche de la publication d'un rapport ou dans le cas d'une communication ponctuelle par exemple. Ces ressources humaines et financières externes ne doivent pas compromettre l'indépendance du GIEC ou engendrer de conflit d'intérêts, et elles doivent faire l'objet d'un rapport présenté lors de la première session du Groupe d'experts qui suit leur mise à disposition.