



Conseil économique et social

Distr. générale
29 septembre 2010
Français
Original: anglais

Commission économique pour l'Europe

Organisation mondiale de la santé Bureau régional pour l'Europe

Réunion de haut niveau sur les transports, la santé et l'environnement

Comité directeur du Programme paneuropéen sur les transports, la santé et l'environnement

Huitième session

Genève, 8-10 décembre 2010

Point 8 b) de l'ordre du jour provisoire

Gestion du PPE-TSE

Projet de stratégie de communication

Note du secrétariat

I. Introduction

1. À la suite de la troisième Réunion de haut niveau sur les transports, la santé et l'environnement, le Bureau du PPE-TSE a décidé à sa réunion de Rome, en juillet 2009, que le Comité directeur élaborerait une stratégie de communication afin de faire mieux connaître le PPE-TSE et de sensibiliser les décideurs et l'homme de la rue à ses principaux messages, tels qu'ils sont formulés dans la Déclaration d'Amsterdam, et ses quatre buts prioritaires.

II. Objectifs

2. Les objectifs généraux de la stratégie de communication du PPE-TSE sont les suivants:

a) Faire mieux connaître les possibilités et avantages d'un transport respectueux de l'environnement et de la santé sur les plans individuel, communautaire, national et international afin d'étayer le choix de modes de transport favorables à la santé;

b) Maintenir à un degré de priorité élevé les questions de santé et d'environnement dans les préoccupations des hommes politiques, du grand public et des milieux scientifiques afin de stimuler chez les gouvernements un engagement en faveur de modes de transport respectueux de l'environnement et de la santé.

3. En particulier, la stratégie devrait permettre d'atteindre les objectifs suivants:
 - Améliorer et entretenir la prise de conscience de l'ampleur de l'impact actuel des transports sur l'environnement et la santé;
 - Entretenir et stimuler la volonté des États membres et de la communauté internationale d'adopter une démarche coordonnée en matière de politique de transport respectueux de l'environnement et de la santé dans l'optique de la Déclaration d'Amsterdam;
 - Associer différentes parties prenantes comme les décideurs, les milieux scientifiques, les médias et les citoyens des pays membres de la Commission économique des Nations Unies pour l'Europe (CEE) et du Bureau régional de l'Organisation mondiale de la santé pour l'Europe (OMS/Europe) à une action en faveur de politiques de transport respectueux de l'environnement et de la santé;
 - Faire du PPE-TSE le cadre optimal pour faciliter un transport respectueux de l'environnement et de la santé par l'intermédiaire de la CEE et de l'OMS/Europe, qui sont les organismes les mieux placés pour coordonner l'action dans ce sens.

III. Pourquoi une stratégie de communication pour le PPE-TSE?

4. Le PPE est un thème qui ne se prête pas facilement à la communication avec les médias et le public car il englobe plusieurs thèmes qui se recoupent (mobilité écologique, mode de vie urbain, sécurité des transports, santé des enfants, etc.). Dans le même temps, il constitue un cadre novateur dans la région CEE-OMS/Europe pour favoriser la santé, l'environnement et l'économie grâce à des modes de transport écologiques et, par conséquent, il faut le mettre en relief.

5. Une stratégie de communication est nécessaire pour faire connaître les modes de transport favorables à l'environnement et à la santé en faisant du PPE-TSE un élément reconnaissable comme étant l'instrument fournissant une structure générale favorisant ce transport. Le PPE doit être considéré comme un outil utile pour traiter les questions névralgiques et d'actualité au plus près des priorités des gouvernements et des préoccupations des populations.

6. Compte tenu de la nécessité d'adapter les produits/activités de communication à des publics particuliers, la clef de la stratégie de communication doit être une approche différenciée. On pourrait ainsi choisir les outils et les moyens de communication appropriés – médias, réseaux, Web, revues scientifiques, articles de presse, ateliers et réunions, livres, CD, vidéos – pour atteindre les objectifs fixés.

IV. Groupes cibles

7. La stratégie de communication doit porter sur les intérêts et préoccupations particuliers des divers groupes cibles: décideurs, médias, grand public, milieux scientifiques et autres parties prenantes. Pour chaque groupe, le principal axe de la stratégie est le suivant:

- Décideurs (cible prioritaire): susciter et renforcer l'intérêt des États membres, en particulier des ministères des transports, de la santé et de l'environnement, pour des transports respectueux de l'environnement et de la santé et pour le PPE-TSE, en vue de protéger la santé, l'environnement et l'économie et de soutenir l'action menée sur les plans national, infranational et local grâce à des instruments efficaces. La partie orientale de la région devrait être particulièrement ciblée car souvent les problèmes

de transport, de santé et d'environnement y sont relativement moins présents dans les consciences, de sorte qu'il est plus difficile d'y promouvoir le PPE-TSE et ses activités;

- Médias: inciter les médias de la région à parler de modes de transport respectueux de l'environnement et de la santé et de l'importance du PPE-TSE en tant qu'instrument de cette action, afin d'atteindre les décideurs et le public. Renforcer la capacité des réseaux médiatiques (par exemple par l'intermédiaire du Réseau World Health Youth (WHY) pour la communication en matière d'environnement et de santé – <http://www.euro.who.int/en/what-we-do/health-topics/environmental-health/world-health-youth-why-environment-and-health-communication-network>), afin d'améliorer quantitativement et qualitativement la couverture médiatique de ce type de transport;
- Grand public: rendre les populations de la région plus conscientes de la nécessité de mettre en place des modes de transport respectueux de l'environnement et de la santé et de la façon dont elles peuvent y contribuer en adoptant un comportement approprié; on pourrait notamment profiter d'initiatives de sensibilisation et de promotion comme les journées sans voiture, les semaines vertes et manifestations analogues pour promouvoir des actions dans le cadre du PPE-TSE;
- Milieux scientifiques/chercheurs: encourager des recherches concernant les effets des transports sur la santé, des interventions efficaces et une coordination des politiques en vue de transports respectueux de l'environnement, contribuer à rassembler et à diffuser des données d'expérience sur les bonnes pratiques;
- Autres parties prenantes: autres secteurs des pouvoirs publics comme les ministères des finances, de l'intérieur et de l'éducation; communauté internationale: organismes intergouvernementaux et institutions internationales, société civile. Stimuler un partenariat multisectoriel en vue d'atteindre les buts essentiels du PPE-TSE pour favoriser des modes de transport respectueux de l'environnement et de la santé.

V. Instruments, produits et services permettant de promouvoir le PPE-TSE

8. Il convient tout particulièrement de recourir pour sensibiliser la population à des outils, des produits et des services différents en fonction du public cible, étant donné que le sujet n'est guère séduisant sur le plan médiatique. Il faudrait choisir les moyens d'action suivants, selon les circonstances, étant donné que l'objectif est de donner le maximum d'impact et de retentissement aux produits, aux initiatives et aux manifestations créés dans le cadre du PPE-TSE:

a) Une présentation visuelle (slogan et image), qui permette de reconnaître immédiatement le PPE-TSE, ses produits et ses manifestations, et qui facilite la communication et la mise en relief des principaux messages qu'il véhicule;

b) Les messages essentiels concernant le transport respectueux de l'environnement et de la santé et le PPE-TSE¹ destinés à des publics particuliers présentés de façon vivante et explicite, et portant sur les éléments suivants: i) effets quantifiés (négatifs ou positifs) sur la santé et l'environnement; ii) manière dont les problèmes soulevés influent sur les gens et sur leur vie; iii) ce qui peut être fait (solutions et politique suivie dans les pays pour faire face aux risques, en faisant bien ressortir les avantages de modes de transport écologiques); iv) position, rôle et objectif de la CEE/OMS; v) participation active de différentes parties prenantes. Des messages percutants devraient être formulés concernant des questions telles que: En quoi le PPE-TSE concerne-t-il l'homme de la rue?

c) Un coffret publicitaire CEE/OMS comprenant une présentation PowerPoint simple, une note d'information, une foire aux questions, un (des) prospectus et une (des) brochure(s) pour faciliter la participation des experts et des parties prenantes aux réunions des instances compétentes;

d) L'organisation de manifestations et la connaissance des activités d'autres organismes importants afin d'assurer une bonne participation à des réunions et conférences et d'apparaître au premier plan dans les événements/campagnes organisés à l'échelle européenne. Il convient de déterminer les possibilités d'établir un lien entre le PPE-TSE et des manifestations, initiatives et cadres d'action du même domaine (tels que le processus européen Environnement et santé de l'OMS, le processus «Un environnement pour l'Europe» de la CEE et des initiatives lancées par la Commission européenne, le Programme des Nations Unies pour l'environnement ou le Forum international des transports), ce qui permettrait de potentialiser au maximum l'effet positif de «tremplin» de ces manifestations pour le PPE-TSE. Un groupe de pression devrait être créé pour faire connaître et valoriser le PPE-TSE auprès du Parlement européen;

e) Une surveillance pour se tenir au courant des questions qui apparaissent dans l'actualité des transports ou qui sont à l'ordre du jour des discussions politiques ou scientifiques (par exemple l'importance de l'activité physique pour lutter contre la dépression). Il s'agit de déceler les possibilités de participer au débat et de rendre le PPE-TSE visible et reconnu, notamment par des messages destinés à l'économie/aux entreprises verte(s) et en mettant en relief des produits efficaces tels que l'outil d'évaluation de l'impact économique du cyclisme sur la santé, le colloque annuel PPE-TSE, etc.;

f) Un registre d'experts, national et international, pour faciliter la participation d'experts aux débats publics et scientifiques et aux interviews dans les médias, experts qui se feraient les avocats du PPE-TSE, dans les pays les plus actifs, afin d'en faire connaître les avantages;

g) Des activités médiatiques, y compris des séances d'information/ateliers destinés aux médias et le renforcement des capacités (par exemple à l'intention de la manifestation du réseau WHY-World Health Youth envisagée à l'occasion de la huitième session du Comité directeur du PPE-TSE qui se tiendra en décembre 2010 à Genève (Suisse)). S'il y a lieu, diffusion de communiqués de presse/notices récapitulatives/notes d'information; séances d'information/conférences destinées à la presse; articles publiés

¹ Les outils actuels qui permettent de partager des bonnes pratiques dans le cadre du PPE-TSE sont la Boîte à outils et le Portail d'échange d'informations sur les transports, la santé et l'environnement, et la série d'ateliers sur les transports urbains écologiques. À la suite de l'adoption de la Déclaration d'Amsterdam, trois nouveaux mécanismes vont être précieux pour diffuser les grands messages: la Staffete, ou course de relais, le Partenariat PPE-TSE et les plans d'action nationaux pour les transports, la santé et l'environnement.

dans des revues spécialisées et des périodiques électroniques et proposition d'espace pour y publier des libres opinions;

h) La mise à jour périodique et la maintenance du site Web consacré au PPE-TSE, avec installation de liens vers les programmes de la CEE et de l'OMS qui intéressent le PPE-TSE, vers des sites connexes et vers des projets novateurs en matière de transport, de santé et d'environnement; une carte présentant les activités des pays et la réalisation de leurs objectifs; des illustrations sous forme d'images ou de photos;

i) Une vidéothèque/photothèque que les parties prenantes pourraient consulter pour élaborer une documentation thématique et préparer leur participation à des réunions/ou conférences; et pour faciliter la couverture médiatique du sujet;

j) La création d'un prix PPE-TSE pourrait être un moyen supplémentaire de sensibiliser le public. On pourrait organiser un concours des meilleures vidéos/photos ou des meilleurs projets concernant les difficultés et les avantages de modes de transport respectueux de l'environnement et de la santé vus sous l'angle de tel ou tel pays.

9. Les outils susmentionnés seraient élaborés à partir des travaux déjà effectués dans le cadre du PPE-TSE, en particulier dans la construction de la Boîte à outils, qui pourrait être le canal par lequel les outils seraient mis à la disposition du public.

10. Les centres de liaison sont encouragés à communiquer avec précision au secrétariat du PPE-TSE leurs besoins en matière d'information et de promotion.

VI. Calendrier, budget et prévisions

11. La présente stratégie comprend des éléments à mettre en place à court, à moyen et à long terme. Il convient de définir les activités/produits principaux en fonction des besoins prioritaires et des fonds disponibles, compte tenu en particulier des frais de personnel.

12. Il conviendra de créer une équipe spéciale chargée d'appuyer la mise en œuvre de la stratégie de communication du PPE-TSE, qui comprendrait des experts en communication issus du Comité directeur. L'équipe aurait pour mission principale de guider et d'aider le secrétariat à élaborer les instruments susmentionnés.

13. Les centres de liaison du PPE-TSE sont la principale voie de communication dans les pays. Ils répercutent l'information et, par leurs activités de promotion et de communication, ils peuvent atteindre et motiver des groupes cibles importants et des parties prenantes actuelles ou potentielles afin de susciter leur intérêt et leur participation. Les centres de liaison sont des experts techniques qui ne sont donc pas censés communiquer directement. Toutefois, ils sont encouragés à déterminer et utiliser, après avoir reçu une formation et en s'aidant de la documentation disponible, les possibilités de diffusion et de mise en lumière du PPE-TSE et de ses réalisations (par exemple au cours de manifestations nationales ou internationales sur le sujet) et à les faire connaître au secrétariat commun en vue de coordination, suivi et appui.

14. Les membres du Comité directeur ainsi que l'OMS/Europe et la CEE auront aussi un rôle actif à jouer dans la mise en œuvre de la stratégie.

VII. Conclusions

15. La stratégie de communication du PPE-TSE doit assurer:
- a) Au PPE-TSE une plus grande audience, une identité bien définie et un plus grand soutien;
 - b) Aux États membres et aux décideurs aux échelons infranational et local un service d'information polyvalent et des outils pour étayer les grandes décisions de principe et donner un plus grand écho au PPE-TSE sur le plan international;
 - c) Au public une meilleure connaissance des modes de transport respectueux de l'environnement et de la santé pour qu'il puisse faire des choix éclairés;
 - d) À la CEE et à l'OMS/Europe et à leurs activités dans le domaine des modes de transport respectueux de l'environnement et de la santé un plus grand retentissement.

Annexe

Possibilités de promouvoir le PPE-TSE (2010-2012)

- Conférence annuelle de Polis en 2011
- Journée mondiale sans voiture, 22 septembre
- Forum international des transports (FIT), 17-26 mai 2011
- Septième Conférence ministérielle «Un environnement pour l'Europe», octobre 2011, Astana (Kazakhstan)
- Réunion annuelle et conférence du Réseau européen pour la promotion de l'activité physique favorable à la santé (HEPA Europe), 2011
- Réunion annuelle et conférence du Réseau européen pour la promotion de l'activité physique favorable à la santé (HEPA Europe), 2012
- Semaine européenne de la mobilité (annuelle, fin septembre)
- Semaine verte de l'UE (annuelle, juin)
- Jeux olympiques de 2012 à Londres – sur le thème: «La santé par l'activité physique»

Réseaux de collaboration et de partenariat éventuels

- Eurocities (Eurocités) – <http://www.eurocities.eu/main.php>
- Polis – <http://www.polis-online.org/>

Polis est un réseau de villes et de régions de toute l'Europe qui s'emploient à promouvoir, soutenir et préconiser l'innovation dans les transports locaux, en s'efforçant d'améliorer les transports à l'échelon local, en particulier en ce qui concerne l'environnement et la santé, la mobilité et la fluidité de la circulation, les aspects socioéconomiques des transports, l'innocuité et la sécurité.

- Femmes ministres de l'environnement/de la santé

<http://www.cwwl.org/environment.html>

http://www.cwwl.org/events/2009-05-19_health-ministers-6th-meeting.html

- Slocat (Sustainable low-carbon transport) (transport à faible émission de carbone) – nouveau partenariat qui regroupe entre autres organisations le PNUE, le FIT et l'UITP

<http://www.slocat.net/>
