

Январь 2013 года



منظمة الأغذية  
والزراعة للأمم  
المتحدة

联合国  
粮食及  
农业组织

Food and  
Agriculture  
Organization  
of the  
United Nations

Organisation des  
Nations Unies  
pour  
l'alimentation  
et l'agriculture

Продовольственная и  
сельскохозяйственная  
организация  
Объединенных  
Наций

Organización  
de las  
Naciones Unidas  
para la  
Alimentación y la  
Agricultura

# КОМИССИЯ ПО ФИТОСАНИТАРНЫМ МЕРАМ

<b>Восьмая сессия</b>
<b>Рим, 8-12 апреля 2013 года</b>
<b>Коммуникационная стратегия МККЗР</b>
<b>Пункт 11.1 повестки дня</b>
<b>Подготовлено Секретариатом МККЗР</b>

1. Коммуникационная стратегия МККЗР была представлена на седьмой сессии КФМ для общего комментирования.
2. Коммуникационная стратегия МККЗР была пересмотрена после получения комментариев существенного характера от Бюро КФМ, Австралии, Европейского Союза (ЕС) и Европейской и Средиземноморской организации по карантину и защите растений (ЕОКЗР).
3. Основные изменения включают удаление программы МККЗР по обмену информацией из коммуникационной стратегии МККЗР, так как она требует особого внимания, потому что включает обязательства договаривающихся сторон в соответствии с МККЗР.
4. Текст намеренно краток для обеспечения ясности компонентов.
5. Детальная информация содержится в рабочем плане МККЗР по коммуникациям, документ CPM 2013/14.
6. Группа стратегического планирования МККЗР (ГСП) рассмотрела документ в октябре 2012 г. и предоставила свои комментарии. На основе комментариев ГСП введение в документ было во многом изменено.
7. КФМ предлагается:
  - 1) *рассмотреть* и при достижении соглашения *утвердить* Коммуникационную стратегию МККЗР, как представлено в Приложении 1.

*В целях сведения к минимуму воздействия процессов ФАО на окружающую среду и достижения климатической нейтральности настоящий документ напечатан в ограниченном количестве экземпляров. Просьба к делегатам и наблюдателям приносить на заседания свои экземпляры документа и не запрашивать дополнительных копий. Большинство документов к заседаниям ФАО размещено в Интернете по адресу: [www.fao.org](http://www.fao.org)*

**Приложение 1:****I. Цели**

Четыре цели Коммуникационной стратегии МККЗР:

- 1) поддержать цели новой Стратегической рамочной программы МККЗР путем привлечения внимания на глобальном уровне к значимости Международной конвенции по карантину и защите растений (МККЗР), а также к необходимой для поддержания жизни значимости для мира защиты растений от вредных организмов;
- 2) подчеркнуть роль МККЗР в качестве единственной международной организации, разрабатывающей стандарты в области карантина и защиты растений с целью помочь обеспечить безопасную торговлю растениями и растительными продуктами, что, в свою очередь, улучшит доступ на рынок с точки зрения здоровья растений;
- 3) способствовать внедрению международных стандартов по фитосанитарным мерам (МСФМ); а также
- 4) поддержать деятельность в рамках программы МККЗР по мобилизации ресурсов.

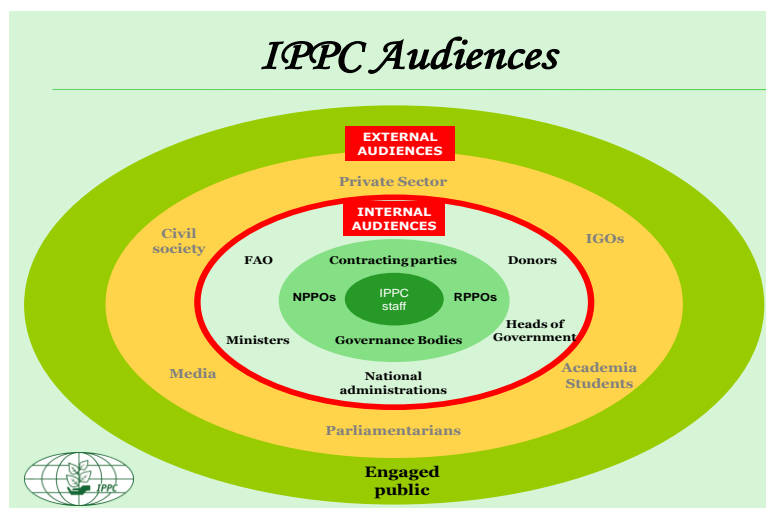
**II. Зачем разрабатывать коммуникационную стратегию?**

Все фитосанитарное сообщество может распространять информацию о целях и успехах МККЗР более эффективно путем предоставления научно-логических объяснений потенциального серьезного негативного воздействия интродуцированных вредных организмов по всему миру. Практики, работающие в этой области, встречаются с этими существенными негативными последствиями каждый день, но это сообщение должно быть эффективно донесено до ключевой аудитории, такой как национальные правительства и лица, принимающие решения (политические и финансовые), чтобы продемонстрировать угрозу вредных организмов в отношении сельского хозяйства и биоразнообразия, а также значимость того, чтобы борьба с ней была национальным и глобальным приоритетом, который был бы обоснован и получал соответствующую постоянную поддержку.

Внедрение коммуникационной стратегии:

- a) повысит эффективность и участие в различных видах деятельности МККЗР путем обеспечения сотрудничества между государствами в сфере защиты глобальных растительных ресурсов от распространения и интродукции вредных организмов растений с целью поддержать продовольственную безопасность, сохранить биологическое разнообразие и содействовать торговле;
- b) привлечет различные заинтересованные стороны (см. рисунок 1) и обеспечит осведомленность в фитосанитарной области в среднесрочном и долгосрочном масштабе.

**Рисунок 1:** Схематическое изображение аудитории для коммуникации МККЗР.



IPPC Audiences	Аудитория МККЗР
External audiences	Внешняя аудитория
Private sector	Частный сектор
Civil society	Гражданское общество
Media	СМИ
Parliamentarians	Парламентарии
Academia Students	Студенты академий
IGOs	МПО
Internal audiences	Внутренняя аудитория
FAO	ФАО
Ministers	Министры
Donors	Доноры
Heads of Government	Главы правительств
National administrations	Национальные администрации
Contracting parties	Договаривающиеся стороны
NPPOs	НОКЗР
RPPOs	РОКЗР
Governance Bodies	Руководящие органы
IPPC staff	Персонал МККЗР

### III. Задачи

**A)** Обеспечить, чтобы повышение уровня информированности о фитосанитарных рисках, их идентификации и управлении ими согласно МККЗР понималось аудиторией МККЗР для достижения стратегических целей МККЗР на 2012-2019 гг. (см. [https://www.ippc.int/index.php?id=1110798&tx\\_publication\\_pi1\[showUid\]=202496&frompage=13330&type=publication&L=0#item](https://www.ippc.int/index.php?id=1110798&tx_publication_pi1[showUid]=202496&frompage=13330&type=publication&L=0#item) для детальной информации).

#### **Рекомендации**

**A1)** Создать признание на международном уровне значимости карантина и защиты растений, а также роли и влияния МККЗР. Поддерживать связь в понятной и последовательной форме со всей аудиторией МККЗР таким образом, который сделал бы борьбу с угрозой вредным для растений организмам для сельского хозяйства и биоразнообразия приоритетной на национальном, региональном и глобальном уровне, чтобы она была обоснована и получала соответствующую постоянную поддержку.

**A2)** Повысить эффективность за счет сокращения дублирования усилий и затрат, развить связи между национальными и региональными мероприятиями по коммуникации, распространяющими информационно-просветительские материалы, усилить интеграцию между национальными, региональными и международными коммуникационными кампаниями МККЗР и содействовать внедрению самой Конвенции.

**A3)** Разработать **коммуникационный план действий МККЗР** с достаточным количеством ресурсов так, чтобы НОКЗР договаривающихся сторон, РОКЗР, КФМ и Секретариат обращались с общим заявлением.

**B)** Создать соответствующий ясный, простой и узнаваемый бренд, как в рамках ФАО, так и на международном уровне, для обеспечения легкого распознавания и содействия пониманию значимости работы МККЗР, а также для улучшения согласованности и качества сообщений, предназначенных для широкого спектра заинтересованных сторон МККЗР.

#### **Рекомендации**

**B1)** Проведение мероприятий по защите имиджа/бренда МККЗР и интеллектуальной собственности.

**B2)** Разработка нового, более узнаваемого логотипа и макета для всей документации МККЗР (в бумажном и электронном виде).

**B3)** Разработка информационно-просветительских материалов МККЗР и обеспечение согласованности и высокого качества всех сообщений.

**C)** Улучшение кадрового обеспечения и повышение опыта в рамках Секретариата для адекватной работы с коммуникационной стратегией.

#### **Рекомендации**

**C1)** Нанять соответствующий персонал с конкретным опытом в сфере коммуникаций, а также опытом в распространении информационно-просветительских материалов и работы с донорами.

**C2)** Мобилизовать ресурсы для обеспечения, чтобы подобный опыт в Секретариате был устойчивым.

### **IV. Внедрение коммуникационной стратегии МККЗР**

Для того чтобы быть эффективной, Коммуникационная стратегия МККЗР будет содержать два различных элемента:

- i) **Повышение осведомленности:** поддержание общей связи со всеми заинтересованными сторонами, например, новости, изучение отдельных случаев, стандартизированный обучающий курс для академий и школ, НОКЗР и РОКЗР.
- ii) **Информационно-просветительская работа:** информационно-просветительские материалы, например, брошюры, флаеры, видеофильмы, постеры и флагманские публикации.

### **V. Внедрение коммуникационной стратегии МККЗР**

Чтобы обеспечить выполнение конкретных задач и достичь ожидаемых итогов, результаты и последствия Плана действий (они будут подробно описаны в рабочем плане МККЗР по коммуникациям после утверждения стратегии) Коммуникационной стратегии должны:

- i) максимально использовать соответствующий и моментально узнаваемый бренд, как в рамках ФАО, так и на международном уровне (**информационно-просветительская деятельность**);
- ii) создать кризисную политику и процедуры коммуникации МККЗР в рамках Секретариата (**информационно-просветительская деятельность**);
- iii) улучшить профиль МККЗР таким образом, чтобы она стала "первым, что приходит на ум" или точкой отсчета в отношении всех вопросов, связанных с карантинном и защитой растений, когда они возникают (**информационно-просветительская деятельность**);
- iv) обеспечить, чтобы, при необходимости, сообщество МККЗР выступало в один голос: когда предполагает кризис, празднует победы; и могло бы справиться с негативной

оглаской в средствах массовой информации и других источниках (**просвещение и фитосанитарные ресурсы**);

v) создать в рамках Секретариата механизм для обеспечения качества всех информационных материалов МККЗР и процесса по их изданию и распространению (**информационно-просветительская деятельность**);

vi) использовать простой и понятный язык и обеспечить большую согласованность сообщений, чтобы они были понятны ключевой аудитории (**информационно-просветительская деятельность**);

vii) делать обращения посредством доминирующих каналов для достижения конкретной аудитории: в основном посредством публикаций и интернет-инструментов (особенно вебсайт МККЗР, канал YouTube и т.д.), телевидения, устных сообщений, социальных сетей (например, Facebook, Twitter, Linked-In), научных публикаций и т.д., когда это необходимо (**информационно-просветительская деятельность**);

viii) обеспечить доступность информации для заинтересованных сторон путем обмена фитосанитарным опытом (успехи и проблемы) и предоставления места для встреч / форума для стран и заинтересованных сторон (**фитосанитарные ресурсы**);

ix) подчеркнуть истории человеческого воздействия, которые показывают успехи (и отдельные неудачи) рабочей программы МККЗР, и усилить понимание бренда МККЗР как обещания улучшения продовольственной безопасности и доступа к рынку (**информационно-просветительская деятельность**); а также

x) создать эффективную кампанию в СМИ: последовательное освещение деятельности, мероприятий и кампаний (**информационно-просветительская деятельность**).

Кроме того, для этой коммуникационной стратегии потребуется прозрачность, надзор и устойчивый характер. Следующее может помочь достичь цели (см. раздел 1 выше) этой коммуникационной стратегии:

i) *Координатор*. Следует назначить одного человека из Секретариата в команду обмена информацией первично ответственным за внедрение коммуникационной стратегии (хотя многие задачи будут осуществляться всеми членами Секретариата).

ii) *Контроль*. Минимальный контроль внедрения коммуникационного плана и стратегии может быть полезен, однако контроль должен быть ограничен для обеспечения максимальной гибкости.