

CONVENTION SUR LE COMMERCE INTERNATIONAL DES ESPECES
DE FAUNE ET DE FLORE SAUVAGES MENACEES D'EXTINCTION



Soixante-neuvième session du Comité permanent
Genève (Suisse), 27 novembre – 1 décembre 2017

Questions stratégiques

REDUCTION DE LA DEMANDE :
RAPPORT DU SECRETARIAT

1. Le présent document a été préparé par le Secrétariat.
2. La Conférence des Parties à sa 17^e session (CoP17, Johannesburg, 2016), a adopté les décisions 17.44 à 17.48, *Réduction de la demande* comme suit :

À l'adresse des Parties

- 17.44 *Les Parties et les partenaires techniques et financiers sont encouragés à fournir le soutien financier et technique nécessaire pour promouvoir et faciliter la mise en œuvre des stratégies de réduction de la demande.*
- 17.45 *Les Parties de destination du commerce illégal des espèces sauvages sont encouragées à mettre en œuvre des stratégies de réduction de la demande et à présenter un rapport au Comité permanent sur la mise en application de cette décision.*
- 17.46 *Les Parties et les partenaires qui ont mis en œuvre des stratégies et des campagnes de réduction de la demande sont encouragés à soumettre au Secrétariat tous les détails pertinents sur les mesures appliquées et les leçons apprises, avant la 69^e session du Comité permanent de façon à ce que celles-ci puissent être partagées avec d'autres Parties.*

À l'adresse du Comité permanent

- 17.47 *Le Comité permanent évalue la nécessité d'élaborer des orientations CITES sur les stratégies de réduction de la demande et de faire des recommandations à soumettre à l'examen de la Conférence des Parties à sa 18^e session.*

À l'adresse du Secrétariat

- 17.48 *Le Secrétariat, sous réserve d'un financement externe:*
- a) *engage un consultant chargé:*
 - i) *de collaborer avec les Parties qui se sont opposées au paragraphe c) de la décision 16.85* et avec toute autre Partie, s'il y a lieu, pour définir les meilleures pratiques et identifier les difficultés rencontrées par ces Parties lors de l'élaboration et de l'application de stratégies ou de programmes de réduction de la demande à long terme pour lutter contre le trafic des espèces sauvages; et*

* Afrique du Sud, Chine, Grèce, et Zimbabwe – document CoP17 Doc. 68.

- ii) *d'examiner les études et le matériel existants sur la réduction de la demande, ainsi que les résultats des ateliers et autres initiatives sur la réduction de la demande qui ont eu lieu ces dernières années;*
- b) *organise un atelier d'experts pour les Parties, afin d'examiner le rapport du consultant et de convenir des mesures pratiques à prendre, y compris des recommandations que le Comité permanent soumettra à la Conférence des Parties à sa 18^e session;*
- c) *aide les Parties intéressées à appliquer des stratégies de réduction de la demande et apporte l'assistance technique nécessaire à ces Parties, de façon continue;*
- d) *prépare un rapport sur la base des conclusions des activités décrites dans les paragraphes a) à c) de la présente décision, avec des recommandations, sur les moyens d'améliorer encore l'efficacité des stratégies ou programmes de réduction de la demande de spécimens illégaux d'espèces sauvages; et*
- e) *fait rapport sur les progrès d'application de la présente décision au Comité permanent à ses 69^e et 70^e sessions.*

Mise en œuvre des décisions 17.45 et 17.46

3. En application des décisions 17.45 et 17.46, le Secrétariat a publié dans la notification aux Parties N°. 2017/038, *Information à soumettre par les Parties à la 69^e session du Comité permanent*, la liste des informations devant figurer dans les rapports que doivent soumettre les Parties sur les actions visant à la réduction de la demande.
4. En réponse à la notification, le Secrétariat a reçu les informations suivantes émanant des Parties :

Pays	Principales actions (réalisées, en cours ou prévues)
Chine	<p>Actions mises en œuvre en 2017:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Le gouvernement chinois a organisé des ateliers, forums et défilés de rues en collaboration avec des pays africains (par ex. Kenya, Namibie, Ouganda, République Unie de Tanzanie et Zimbabwe) et des ONG de protection de la nature, visant à sensibiliser les chinois vivant et travaillant en Afrique au braconnage et au commerce illicite des espèces sauvages et à les mettre en garde quant à une éventuelle participation à ces activités illégales. 2) Les douanes chinoises et la Wildlife Conservation Society (WCS) ont lancé la campagne « Pour l'éléphant, ne rapporte pas d'ivoire chez toi » aux postes d'inspection aux frontières et gares ferroviaires, rappelant la loi et l'interdiction du commerce de l'ivoire à destination du public ciblé (sociétés de transport, transporteurs et voyageurs). 3) Des ateliers de formation destinés aux agents aux avant postes de la lutte contre la fraude, ainsi que des campagnes ciblées visant le totoaba et autres espèces marines, ont été organisés. Une série documentaire en cinq épisodes mettant en scène des célébrités a été produite en collaboration avec la National Aquatic Wildlife Conservation Association avec pour objectif de sensibiliser les citoyens chinois à la situation désespérée de quelques espèces en danger critique et de réduire la demande en produits illégaux d'espèces sauvages. 4) L'interdiction du commerce de l'ivoire annoncé par le gouvernement chinois a nettement réduit la demande en ivoire illégal. Un atelier international de deux jours sur la réduction de la demande dans le cadre de l'interdiction du commerce de l'ivoire en Chine a été organisé par l'autorité scientifique CITES et l'Association chinoise de conservation des espèces sauvages, en collaboration avec TRAFFIC et le Fonds mondial pour la nature (WWF). La sensibilisation à cette interdiction a également été abordée au Jour de la Terre, dans une campagne de WildAid. 5) Un expert reconnu en antiquités qui est également populaire comme animateur d'un talk show en ligne s'est engagé aux côtés de WildAid pour éduquer les collectionneurs d'antiquités et autres publics concernés sur la situation des espèces menacées en Afrique, avec pour objectif de réduire la demande en espèces sauvages dans les collections illégales. 6) Une importante manifestation a été organisée au Jour de la Terre 2017 pour

Pays	Principales actions (réalisées, en cours ou prévues)
	<p>sensibiliser de nombreuses parties prenantes au trafic d'espèces sauvages, notamment les gouvernements, les organisations de protection de la nature, le secteur de la médecine traditionnelle, les géants d'Internet et les représentants des organisations de jeunesse.</p> <p>7) 300 banderoles et 200 000 copies d'outils pédagogiques portant le message « Refusez les produits illégaux d'espèces sauvages, Soyez un voyageur responsable pour une Chine meilleure » ont été coproduites par l'Administration chinoise du tourisme, l'organe de gestion CITES, le WWF et TRAFFIC. Les banderoles et enveloppes ont été livrées à 194 agences de voyages proposant des voyages à l'étranger, ainsi que dans les hôtels de 31 villes du pays.</p>
Pays-Bas	<p>1) L'organe de gestion CITES a diffusé des informations destinées à sensibiliser le public.</p> <p>2) Les douanes néerlandaises ont élaboré une application destinée aux touristes et voyageurs néerlandais, les informant de ce qu'il est licite ou illicite de rapporter dans l'Union Européenne et aux Pays Bas.</p> <p>3) Des stands d'information visant les collectionneurs d'oiseaux et de reptiles étaient présents sur plusieurs salons et expositions.</p> <p>4) Un appui financier a été octroyé pour un projet TRAFFIC de réduction de la demande en Chine.</p>
Philippines	<p>1) Des posters ont été utilisés dans une campagne de sensibilisation à la loi interne sur les espèces sauvages, avec les coordonnées des organes habilités à recueillir les signalements des infractions au commerce illégal d'espèces sauvages.</p>
Viet Nam	<p>Campagnes en cours :</p> <p>1) L'organe de gestion CITES participe actuellement avec Humane Society International à un campagne devant durer deux ans (2017-2018) qui vise à réduire la demande en cornes de rhinocéros, ainsi qu'à un programme pédagogique destiné aux élèves de l'école primaire couvrant les rhinocéros, éléphants, tigres et pangolins. La campagne comprend plusieurs actions, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Émissions à la télévision publique ; b) Destruction très médiatisée d'ivoire et de cornes de rhinocéros ; c) Organisation dans les grandes villes d'activités centrées autour de contes pour les élèves du primaire ; d) Débats, prises de parole, enseignements et activités extrascolaires dans les lycées et universités des grandes villes ; e) Matériels pédagogiques destinés aux élèves des écoles primaires intégrés aux programmes pour une période d'essai d'un an ; et f) Ateliers de formation. <p>Les acteurs de ces campagnes seront notamment l'organe de gestion CITES du Viet Nam, Humane Society International, le Ministère de l'éducation et de la formation du Viet Nam, les étudiants et lycéens, les élèves du primaire, les associations de femmes, les associations de jeunes et les hommes d'affaires.</p> <p>2) L'organe de gestion CITES œuvre également avec l'Agence des États-Unis pour le Développement International (USAID) à une campagne conjointe de réduction de la demande couvrant le rhinocéros, l'éléphant, le tigre et le pangolin qui sont les espèces ciblées pour la période 2017-2021.</p> <p>Campagnes précédentes :</p> <p>1) La campagne de réduction de la demande en cornes de rhinocéros commencée en 2013 visait à mesurer l'évolution de la demande en cornes de rhinocéros. Un premier sondage a été réalisé en août 2013 par une société internationale de sondages d'opinion afin de savoir ce que le public pensait et savait sur le sujet de la protection des rhinocéros et de la consommation de leurs cornes.</p> <p>2) La méthodologie et les outils utilisés étaient les mêmes que ceux de la campagne en cours.</p> <p>3) Le nombre de personnes indiquant qu'ils estimaient que la corne de rhinocéros était un remède efficace a chuté de 26% entre 2014 et 2016.</p>
États-Unis d'Amérique	<p>1) L'organe de gestion CITES a collaboré avec les agents de la lutte contre la fraude à l'identification des espèces et produits les plus souvent frauduleusement</p>

Pays	Principales actions (réalisées, en cours ou prévues)
	<p>commercialisés et confisqués aux voyageurs.</p> <p>2) Le gouvernement états-unien a financé des actions de réduction de la demande dans d'autres pays et fourni une expertise technique.</p> <p>3) Le gouvernement états-unien a sensibilisé les consommateurs américains voyageant à l'étranger au trafic des espèces sauvages, aux lois internes et règles de la CITES dans une campagne menée conjointement avec WildAid, des grands médias, des compagnies aériennes, et l'industrie des voyages et du tourisme. Les messages de la campagne ont été postés sur des affiches apposées dans les principaux aéroports et montrés dans des vidéos diffusées en vol, ou diffusés dans des communiqués d'intérêt public et sur un site web dédié mettant en scène des acteurs célèbres, ainsi que dans une boîte à outils numérique. Les messages visaient à informer les consommateurs sur les pratiques de voyages et d'achats responsables.</p> <p>4) Un sondage a été effectué avant le lancement de la campagne de trois ans, afin de pouvoir mesurer l'évolution du niveau de sensibilisation à la fin de la campagne.</p>

Mise en œuvre de la décision 17.44

5. Le Secrétariat relève que les Pays-Bas et les États-Unis d'Amérique ont indiqué dans leur rapport qu'ils appuyaient des actions de réduction de la demande dans les autres pays. La majorité des rapports faisaient également état d'une étroite coopération avec des partenaires détenteurs d'une expertise technique.

Mise en œuvre de la décision 17.47

6. Les rapports soumis par les Parties, surtout pour celles qui sont potentiellement d'importants pays de destination de produits illicites d'espèces inscrites à la CITES, illustrent l'utilisation d'approches différentes dans l'élaboration et la conduite des campagnes de sensibilisation. Par exemple, le Viet Nam a effectué des sondages pour comprendre les moteurs de la demande et les motivations du consommateur final, et créer un référentiel permettant de mesurer les résultats de la campagne, tandis que la Chine a organisé des campagnes à partir de manifestations plus ciblées.
7. Le Secrétariat estime que les stratégies à long terme utilisant des méthodes appropriées de mesure de l'impact dans le temps et adaptant les stratégies en fonction des résultats sont sans doute les plus à même d'aboutir à une modification des comportements, ce qui est l'objectif final. Le Secrétariat considère donc qu'il pourrait être utile que la CITES élabore des lignes directrices sur les stratégies de réduction de la demande, à partir des exemples de meilleures pratiques. Celles-ci pourraient inclure des conseils sur la façon de mener des campagnes bien ciblées, à partir de faits avérés, en application de la résolution Conf. 17.4, *Stratégies de réduction de la demande pour lutter contre le commerce illégal d'espèces inscrites aux annexes CITES*.

Mise en œuvre de la décision 17.48

8. Le Secrétariat a pris contact avec plusieurs Parties donatrices en vue d'obtenir les financements nécessaires à la mise en œuvre de la décision 17.48.
9. Les rapports soumis au Comité permanent à sa 69^e session (SC69) en vertu de la décision 17.46 sont utiles à l'identification des meilleures pratiques et des difficultés rencontrées par ces Parties lors de l'élaboration et de l'application de leurs stratégies de réduction de la demande à long terme, ainsi qu'à l'examen des études et du matériel existants sur la réduction de la demande, tels qu'ils sont prévus dans la décision 17.48.

Définition de la « réduction de la demande » et diffusion d'un message équilibré

10. Il convient de souligner que les actions de réduction de la demande dans le cadre de la CITES, formulées dans la résolution Conf. 17.4, visent à réduire la demande en spécimens d'origine illicite d'espèces inscrites aux Annexes de la CITES. Le Secrétariat relève que, dans l'un des rapports soumis par les Parties, une « interdiction d'importation de trophées de chasse sur le territoire national » a été citée en exemple d'action de « réduction de la demande ». Il convient de noter que les trophées de chasse,

lorsqu'ils sont commercialisés dans le cadre des critères de la Convention et conformément à la législation nationale, ne sont pas des spécimens illégaux. D'autres exemples font état de campagnes qui ne font pas la distinction entre commerce légal et commerce illégal d'espèces inscrites à la CITES, ou qui tentent simplement de stigmatiser ou effrayer les acheteurs potentiels de toute espèce sauvage, surtout s'agissant de celles qui sont inscrites à l'Annexe II, c'est-à-dire la vaste majorité des espèces CITES.

11. Le préambule de la résolution Conf. 17.4 dispose que « le commerce légal peut être vital pour les moyens d'existence ruraux, et par conséquent important pour la conservation *in situ*, et que les campagnes de réduction de la demande doivent faire la distinction entre commerce légal et commerce illégal ». Le rapport de l'atelier sur la CITES et les moyens d'existence (Johannesburg, Afrique du Sud, 2016) relève que si les résolutions CITES Conf. 8.3 (Rev. CoP13), *Reconnaissance des avantages du commerce de la faune et de la flore sauvages* et Conf. 16.6 (Rev. CoP17), *La CITES et les moyens d'existence*, reconnaissent les avantages du commerce légal et durable, le message fort de la CITES sur la réduction de la demande et la lutte contre le commerce illégal n'est pas contrebalancé par des messages positifs et des initiatives reconnaissant les avantages d'un commerce légal et durable, surtout lorsqu'il soutient les moyens d'existence des communautés rurales. Comme dans les campagnes de sensibilisation qui orientent vers des consommations respectueuses de la nature ou éco-certifiées, les Parties et autres acteurs devraient envisager de développer des stratégies de sensibilisation qui éduquent le consommateur et lui apprennent à faire la distinction entre les « bonnes » espèces (ou produits d'espèces) et les « mauvaises » espèces inscrites à la CITES.

Mesure de l'efficacité des campagnes de réduction de la demande

12. Le Secrétariat reconnaît qu'il y a une grande différence entre la portée d'une campagne et son impact sur le comportement des gens, et c'est cet impact qu'il faut chercher à maximiser. Une campagne de masse ou une campagne mal ciblée peut atteindre un large public, y compris par les médias traditionnels ou les réseaux sociaux, et bénéficier d'une large couverture. Mais l'effet peut être insignifiant sur le comportement des consommateurs les plus importants. Les campagnes bien ciblées, portant sur des espèces précises, fondées sur les faits, impliquant les groupes de consommateurs les plus importants et portant sur les motivations de la demande, sont celles qui sont visées par la résolution Conf. 17.4 et celles sur lesquelles se concentre le Secrétariat.
13. Les sondages d'opinion sont souvent utilisés pour mesurer l'efficacité d'une campagne de réduction de la demande. De nombreux facteurs peuvent affecter la précision et l'utilité d'un sondage d'opinion des consommateurs, comme la taille de l'échantillon, le public visé et la probabilité que les sondés disent la vérité. La réduction de la demande et la modification des comportements sont souvent des processus graduels. S'il est important de mesurer l'impact d'une campagne, le Secrétariat estime que les Parties devraient user de prudence lorsqu'elles communiquent sur les résultats d'une campagne de réduction de la demande, surtout lorsqu'elles affirment avoir constaté une chute de la demande qui n'est pas accompagnée d'une diminution du braconnage et de la contrebande, ces déclarations risquant alors d'affaiblir la crédibilité des stratégies de réduction de la demande.
14. Ainsi qu'il est disposé dans la résolution Conf. 17.4, les politiques, la législation et la lutte contre la fraude doivent toutes être prises en considération dans les stratégies de réduction de la demande car elles contribuent à réduire la demande en espèces sauvages illégales et leurs produits. La chute du prix ou de la demande pour un spécimen d'une espèce découle le plus souvent d'un ensemble de facteurs. Il est donc déconseillé de tenter d'attribuer le déclin de la demande uniquement aux campagnes, encore moins à une campagne donnée. Par exemple, la publicité donnée à des poursuites judiciaires et aux fortes sanctions peut avoir un impact important.

Recommandations

15. Le Secrétariat invite le Comité permanent à :
 - a) prendre bonne note du présent document ;
 - b) conformément aux dispositions de la résolution Conf. 17.4, encourager les Parties à :
 - i) faire nettement la distinction entre produits légaux et produits illégaux d'espèces sauvages lorsqu'elles mettent en place des actions de réduction de la demande, plus particulièrement lorsqu'elles œuvrent en collaboration avec des partenaires divers ; et

- ii) éviter d'utiliser dans les titres les termes de « réduction de la demande » dans les futurs documents de travail, projets de décision et de résolutions, mais plutôt à employer des titres comme « Stratégies propres à réduire la demande en produits d'espèces sauvages d'origine illégale », ou « Stratégies de réduction de la demande pour lutter contre le commerce illégal d'espèces inscrites aux annexes de la CITES » (titre de la résolution Conf. 17.4).
- c) convenir qu'il serait nécessaire de publier des orientations CITES sur les stratégies de réduction de la demande ; et
- d) inviter le Secrétariat, dans le cadre de son rapport soumis en application des alinéas c) et d) de la décision 17.48, à soumettre un rapport sur l'état d'avancement de ces orientations à sa 70^e session afin que le Comité puisse soumettre des recommandations sur le sujet à la 18^e session de la Conférence des Parties.