



C A M P A G N E

ALIMENTERRE

2011



Paris, le 19 avril 2011

Bonjour,

Début 2011, une nouvelle envolée des prix agricoles a suscité l'inquiétude des spécialistes. Seulement trois ans après la crise alimentaire de 2008, le spectre de la faim a resurgi. Si l'accès de fièvre semble avoir été contenu cette fois-ci, les économistes estiment que les prix agricoles resteront désormais à un niveau élevé, sans aucune possibilité d'amortir les chocs (climatiques ou autres) à l'avenir. Dans ce contexte, pour répondre au défi de la pauvreté rurale, Olivier de Schutter, rapporteur spécial des Nations unies pour le Droit à l'alimentation, plaide pour une « réorientation radicale des investissements dans l'agriculture », au profit de l'agroécologie.

Le droit à une alimentation durable en qualité et en quantité suffisante pour tous doit sortir du registre incantatoire. C'est la première raison d'être de tout Etat, c'est une responsabilité individuelle et collective à se réapproprier. Promouvoir des comportements et des politiques européennes cohérentes pour produire et consommer autrement est plus que jamais nécessaire.

Fidèle à ses objectifs généraux, la campagne visera à :

- informer sur **l'état actuel de la faim dans le monde** et **l'enjeu de nourrir le monde** demain ;
- faire valoir le Droit à l'alimentation et la souveraineté alimentaire ;
- faire prendre conscience de la nécessité de **soutenir une agriculture familiale, viable et durable** ;
- sensibiliser chacun à sa responsabilité de citoyen et **encourager les changements de comportements individuels et/ou collectifs**.

Vous trouverez ci-joint l'appel à initiatives de la campagne ALIMENTERRE 2011, ainsi que le formulaire de présentation qui vous permettra de présenter votre projet. Nous souhaitons de votre part une forte appropriation de cette nouvelle campagne. Nous restons bien sûr à votre écoute pour vous accompagner au mieux. L'équipe du CFSI est à vos côtés pour vous soutenir dans la conception et la réalisation de vos événements.

Très cordialement,

Jean-Louis Vielajus
Délégué général



ALIMENTERRE, une campagne d'information et de sensibilisation de l'opinion publique

Objectif et thème prioritaire

ALIMENTERRE est une campagne d'éducation au développement. Elle vise chaque année, à informer l'opinion publique sur les causes de la faim dans le monde et à promouvoir le respect du droit à l'alimentation et à la souveraineté alimentaire en soutenant l'agriculture familiale au Nord comme au Sud.

Campagne 2011 : Contre la faim, soyons cohérent !

En finir avec la faim exige de vaincre la pauvreté. Augmenter l'offre alimentaire en produisant plus ne résout pas le problème. Accroître les revenus des plus pauvres en zone rurale, réduit en revanche leur vulnérabilité et leur permet de se nourrir dignement. Un réinvestissement massif en direction des agriculteurs familiaux s'appuyant sur des modes de production durables à faible utilisation d'intrants (polyculture, semences traditionnelles, etc.) est notre une réponse à la crise de la pauvreté et la crise écologique.

Au niveau mondial, le risque d'une bombe à retardement alimentaire, accentuée par le phénomène d'urbanisation rapide des pays en développement, exige une prise de conscience individuelle et collective ; pour la mise en œuvre de politiques européennes cohérentes avec le développement, de la part des pays occidentaux ; pour des comportements individuels et collectifs responsables, conscients de la valeur du travail agricole, et qui ne génèrent pas de répercussions négatives sur les agricultures familiales des pays du Sud.

Cet impératif de cohérence se décline à tous les échelons : depuis les grandes déclarations d'engagements financiers des chefs d'Etat dont l'effectivité n'est jamais vérifiée, jusqu'au citoyen qui tout en déplorant la pauvreté, gaspille la nourriture, encourage la guerre des prix en consommant des produits qui favorisent toujours plus l'hyper-concentration de la filière agroalimentaire mondiale.

En 2011, la campagne **ALIMENTERRE** poursuivra la dynamique de la campagne 2010, en insistant sur le **thème de la cohérence**. Dans ses grandes lignes, elle s'attachera à :

- informer sur **l'état actuel de la faim dans le monde**, (ses paradoxes, ses causes économiques) et **l'enjeu de nourrir le monde** demain ;
- faire valoir le Droit à l'alimentation et la souveraineté alimentaire ;
- faire prendre conscience de la nécessité à **soutenir une agriculture familiale, viable et durable**, en mettant en œuvre des politiques agricoles régionales au Nord comme au Sud ;
- sensibiliser chacun à sa responsabilité de citoyen et **encourager les changements de comportements individuels et/ou collectifs**, par la remise en cause d'un système qui érige l'hyperconsommation en mode de vie et par la présentation d'initiatives alternatives.

L'accroche de la campagne doit être prochainement débattue en équipe au CFSI. Elle fera écho au thème de la cohérence développé ci-dessus et restera en ligne avec les objectifs généraux de la campagne.

Quelles actions pour informer et sensibiliser l'opinion publique ?

1- Le calendrier de la campagne dans ses grandes lignes

La campagne ALIMENTERRE 2011 se déroule **toute l'année**, en fonction des activités propres organisées par les pôles et relais. Des activités peuvent être mises en œuvre y compris avant que les outils spécifiques à l'année 2011 ne soient disponibles (en septembre) : ex. tenue de stand lors de la Semaine du développement durable en utilisant des outils ALIMENTERRE fournis antérieurement.

Le temps fort de campagne dure un mois et demi du **15 octobre au 30 novembre**. Il correspond à la période possible pour les projections du Festival de films. Journée mondiale de l'alimentation, le **16 octobre** est une journée emblématique autour de laquelle une forte mobilisation est souhaitée. Toute la période du 15 octobre au 30 novembre et en particulier la 14^{ème} édition de la Semaine de la Solidarité internationale (12 au 20 novembre) sont propices à l'organisation de manifestations et activités diverses en lien avec les thèmes défendus par ALIMENTERRE.

2- Un programme varié d'animations de campagne

Les animations conduites auront en priorité pour but d'interpeller sur la question de la cohérence des comportements individuels et collectifs avec l'objectif de réduction de la faim et de la pauvreté. Cela se traduira par une information sur la nécessité de réformer le système agricole mondial pour vaincre la faim, mettre en œuvre les conditions d'une agriculture durable au Nord comme au Sud et inciter au changement de comportement à l'échelle individuelle pour promouvoir un mode de production, transformation et consommation plus durables.

Libre à vous ensuite d'inventer ce qui vous semble le plus adapté à votre savoir-faire et votre réalité locale. Les actions traditionnelles du programme ALIMENTERRE (tenue de stands, marchés alimentaires et solidaires, débats) peuvent être reprises. **Une mise en valeur de la question de la cohérence et la mise en avant de solutions alternatives** seront appréciées, par exemple au travers de ces activités :

- **les marchés alimentaires et solidaires ou les tenues de stands** faisant place à des producteurs et transformateurs proposant des démarches innovantes en matière de production agricole, transformation agro-alimentaire, réseau de commercialisation de proximité, lors de foires, fêtes, festivals, salons... ;
- **les animations d'interpellation ludiques ou culturelles sur l'espace public** (jeu de l'oie géant, spectacle de rue, slam, défilé de marionnettes géantes...), etc. ;
- **les rencontres-débats** (ex. sur la question du foncier, des mobilisations paysannes, du gaspillage alimentaire, sur des alternatives locales innovantes, etc.) ;
- **les activités pédagogiques** en milieu scolaire (Jeu de la banane, commerce équitable, etc.) ;
- **les initiatives à grande échelle ayant un lien avec la restauration**, auprès d'un public captif ;
- **les initiatives favorisant le rapprochement du public avec le monde paysan** (exploitations agricoles familiales et bio, jardins d'insertion, AMAP, etc.).

Les innovations permettant de donner plus d'impact à notre campagne auprès des médias et d'un public non militant sont bien sûr encouragées.

3- Le Festival de films ALIMENTERRE

En 2010, la 4^{ème} édition du **Festival de films ALIMENTERRE** a encore amplifié le succès de l'opération. Aujourd'hui devenu le principal vecteur de la campagne ALIMENTERRE, le Festival se poursuivra cette année partout où il a déjà vu le jour. Il devrait également se tenir en Belgique, au Bénin, en Pologne et au Togo.

Le programme 2011 du Festival a fait l'objet d'un travail collectif de visualisation et de critiques de films, auquel trois pôles ALIMENTERRE (Anis Etoilé, Cap Solidarités et Lafi Bala) ont activement participé. Le rencontre du réseau du 28 mars dernier a permis d'effectuer les derniers arbitrages.

Six films¹ dont deux courts-métrages ont finalement été retenus. Chaque pôle ou relais ALIMENTERRE sera libre de programmer tout ou partie de ces films, de projeter plusieurs fois certains d'entre eux, de les projeter en cinéma, salle municipale, médiathèque ou au sein d'établissements scolaires (à partir du niveau lycée).

Trois publics sont privilégiés :

- un grand public sensible aux thèmes du développement durable, concerné par la qualité de son alimentation ;
- un public scolaire, en particulier des lycéens en classe de 2^{nde} générale et des lycéens de l'enseignement agricole public ou privé ;
- un public étudiant, en particulier les élèves ingénieurs en école d'agronomie.

L'organisation de débats ouverts avec le public à la suite de chacune des projections est et reste une composante primordiale du Festival. Sauf cas exceptionnel, il est demandé d'avoir **deux intervenants** en débat et ce pour éviter plusieurs écueils : défaillance de dernière minute, « légèreté » d'un intervenant sur le sujet, absence d'impartialité, etc.

NB : suite à la progression constatée entre 2009 et 2010 (de 40 à plus de 80 établissements), la participation des lycées agricoles et des Maisons Familiales et rurales aux activités ALIMENTERRE est vivement encouragée.

Le nombre total de séances organisées, leur rayonnement géographique sur la région ou le département, les partenaires impliqués seront des critères appréciés.

¹ Voir le document Excel joint. **NB** : la négociation pour leur utilisation est en cours. Une **fiche technique détaillée à l'attention des organisateurs** précisant notamment ces conditions de diffusion sera envoyée fin avril.

4- La diffusion des outils ALIMENTERRE

L'une des conditions primordiales pour qu'une activité rentre dans le cadre d'ALIMENTERRE est qu'elle s'accompagne d'une **utilisation et d'une diffusion active des outils mis à disposition**. Ils sont de trois sortes :

- *des outils de mobilisation en appui à la dynamique militante* : charte CFSI, manuel de campagne, dossier de présentation du Festival, reportage du Festival 2010 (9'), fiches pédagogiques des séances du Festival, etc. ;
- *des outils de communication en direction du grand public* : affiche A3, dépliant Festival, planche de flyers Festival, mail animé d'annonce Festival, bande annonce (à confirmer), CD de communication et agenda internet des manifestations ALIMENTERRE ;
- *des outils d'information et de sensibilisation en direction du grand public, de lycéens ou encore d'enseignants et d'animateurs* : dépliant 2011, tiré à part Alternatives Economiques 2011, recueil d'outils pédagogiques EAD (2008), livret d'exposition « ALIMENTERRE des paysans contre la faim » (2006) et exposition « La faim dans le monde » (2005). La création d'une nouvelle petite exposition est également prévue. Son délai de mise à disposition est toutefois aujourd'hui incertain et sera précisé ultérieurement.

Comment le CFSI peut vous soutenir?

Tout au long de la conception et la mise en œuvre de vos projets, le CFSI est à votre écoute pour vous répondre à vos questions et en discuter avec vous.

L'appui financier

Le CFSI a prévu un **budget de 22 500 euros**, équivalent à l'an dernier en termes de montant et de nature de dépenses. Il sera réparti entre les initiatives présentées en réponse à ce présent appel à projets.

Les dépenses éligibles sont :

- les coûts de salaires d'une personne investie sur ALIMENTERRE (*sur justificatif de fiche de paie*) ou les prestations d'animation (*sur facture d'honoraires*) : enveloppe de **20 000 €** ;
- la location ou l'achat de matériel audiovisuel pour le Festival (*sur facture*) : enveloppe de **1 500 €**.
- le déplacement d'intervenants, en particulier dans le cadre du Festival de films (*sur présentation des billets de train SNCF 2^{nde} classe ou d'une demande de remboursement accompagnée d'une copie de la carte grise*) : enveloppe de **1 000 €**.

Attention :

Les établissements déjà financés à 100 % sur des fonds publics (ex. lycées de l'enseignement public) ne sont pas éligibles à cet appui financier.

Concernant la première ligne budgétaire :

- Les postes salariés bénéficiant déjà d'un financement de la part d'un ministère (ex. dispositif FONJEP du Ministère des Affaires étrangères et européennes) ne pourront bénéficier d'aucune prise en charge financière (enveloppe 1). Les organisations n'ayant pas de salarié ou envisageant de prendre un stagiaire ne sont pas éligibles non plus pour cette ligne.
- les interventions en débats dans le cadre du Festival de films fonctionnent sur une base de bénévolat. Une rémunération d'intervenant n'est pas éligible. En revanche, la rémunération d'animateurs professionnels peut être envisagée, à condition de pouvoir fournir une facture.

Ces dépenses éligibles correspondent chacune à des lignes budgétaires de notre principal bailleur de fonds. Les subventions accordées devront ainsi être strictement dépensées conformément à leur objet.

Calendrier du présent appel à projets :

- Envoi de l'appel à projets et du formulaire de réponse **le mercredi 20 avril**
- Date limite de retour des projets **le vendredi 27 mai**
- Réponses communiquées **le vendredi 15 juin au plus tard**

Les organisations ne souhaitant pas nous solliciter au travers de cet appel à projets **mais intéressées à participer au Festival de films** sont tenues de nous le signaler également **avant le 27 mai**, afin de permettre une meilleure organisation de l'événement.

Les outils de sensibilisation et de mobilisation

Des outils de sensibilisation et de mobilisation ALIMENTERRE seront gracieusement mis à la disposition des partenaires d'ALIMENTERRE début septembre, sous réserve d'engagement concernant leur utilisation. Un bon de commande sera à retourner au CFSI début juillet.

Les rencontres du réseau et formation annuelle

- Trois rencontres nationales du réseau ALIMENTERRE sont organisées en 2011 : les 28 mars, 20 juin et 12 décembre. Elles ont pour objectif un pilotage, des échanges et une appropriation collective de la campagne et du Festival de films.
- Une formation ALIMENTERRE de deux jours sera organisée les **8 et 9 septembre à Besançon**. Elle s'adresse aux représentants des pôles et relais. L'objectif est de favoriser une meilleure appropriation du thème de campagne par l'apport d'éléments de fond, d'échanger sur les pratiques d'animations et de faire un point pratique sur l'organisation des activités de campagne. L'ordre du jour de la formation sera envoyé d'ici mi-juillet.

Dans les deux cas, les coûts de transport (base SNCF 2^{ème} classe²), d'hébergement (le cas échéant) et du repas de midi sont pris en charge par le CFSI à raison d'un représentant par pôle ou relais ALIMENTERRE.

Par ailleurs, en fonction des besoins, l'organisation de rencontres d'information sur ALIMENTERRE est possible.

Les intervenants sur vos manifestations

Partenaires Sud : Trois représentants d'organisations du Sud seront mobilisés pour participer aux débats du Festival de films mais également à toute autre activité ALIMENTERRE qui pourrait leur être proposée lors de leur séjour en région. Ils viendront à priori **au mois de novembre**, mois le plus chargé en projections pour le Festival de films. Comme l'an dernier, nous organiserons leur circulation de façon à minimiser les longs trajets et profiter au mieux de leur présence. Nous encourageons ainsi vivement les pôles et relais à se coordonner à un niveau régional.

Autres intervenants : Dans le cadre du Festival de films, le CFSI sollicitera les réalisateurs des films sélectionnés. Quelques interventions pourront sans doute être assurées. En fonction des besoins sur le Festival ou sur d'autres manifestations, le CFSI peut également proposer quelques intervenants « nationaux » (issus des organisations membres du CFSI comme Essor

² L'obtention de tarifs à moitié prix (PREM'S, carte 12-25 ans...) permet donc la venue de deux personnes, ce que nous encourageons vivement.

ou le GRET, ou encore des réseaux militants proches, comme le CCFD, Oxfam, etc.). N'hésitez pas à nous en parler. Dans ce cas, les déplacements en train (SNCF 2^{nde} classe) sont pris en charge par le CFSI, les repas et le cas échéant l'hébergement (chez l'habitant) sont assurés par les pôles et relais.

Plus concrètement, comment participer ?

Qui peut participer?

L'appel à initiatives s'adresse aux organisations françaises de la société civile (associations de solidarité internationale, de consommateurs, de défense de l'environnement, organisations paysannes, syndicats de travailleurs...) partageant les objectifs et les modes d'actions de la campagne ALIMENTERRE. Les acteurs impliqués dans cette campagne sont invités à se regrouper sur leur commune, agglomération ou région, afin d'élaborer des actions collectives. Les organisateurs d'événements sont des relais locaux ou des pôles régionaux. Ils peuvent établir des collaborations avec des municipalités, des chercheurs, des universités, des lycées... Nous encourageons notamment le rapprochement avec l'enseignement agricole (liste des contacts en région envoyée par mail le 6 avril et disponible sur simple demande). Les thèmes des films du Festival peuvent aussi entraîner de nouveaux partenariats : ex. responsables des agendas 21 sur le thème du gaspillage alimentaire.

Si vous souhaitez participer à la campagne 2011, nous vous invitons à suivre ces différentes étapes. Aux différentes phases de votre action, le CFSI peut vous soutenir en vous apportant des conseils, en vous orientant vers des partenaires. N'hésitez pas à nous contacter.

Mettre en place son projet

Avant de mettre en place une action dans le cadre d'ALIMENTERRE 2011, il faut, si ce n'est déjà fait, constituer une équipe de travail, qui sera plus ou moins étoffée selon que vous travaillez à l'échelle d'une commune ou d'une région. Dans tous les cas il est important qu'elle regroupe plusieurs types d'organisations partageant les objectifs de la campagne. Le premier travail de cette équipe sera de formuler un projet d'actions. Il faudra répondre à ces quelques questions : que voulons-nous faire pour relayer la campagne ? Quels sont nos objectifs ? Comment allons-nous évaluer si nous les avons atteints (implantation géographique et diversité des actions, nombre des actions réalisées, fréquentation et nature du public, ...) ? Quel public est visé ? Quels sont les moyens nécessaires ? Quels autres partenaires pouvons-nous associer ?

Nous attirons votre attention sur le fait que la participation au Festival de films ALIMENTERRE nécessite un premier retour d'informations (même si l'ensemble des éléments n'est pas arrêté aujourd'hui) : nombre et nature des séances envisagées, villes, lieux de diffusion, public visé... Il est important d'engager au plus tôt des négociations avec les lieux de diffusion, (notamment cinéma).

Rédiger son projet et l'envoyer au CFSI avant le 27 mai 2011

Une fois le projet défini, vous pourrez remplir le formulaire de dépôt de projet. Cela vous permettra de le formaliser et de demander le cas échéant un appui financier au CFSI. De plus cela nous permet d'être informés des initiatives qui seront conduites. Les documents de présentation de votre projet devront être envoyés au CFSI avant le 27 mai 2011.

Une réponse du CFSI au plus tard le 15 juin 2011

Les projets seront ensuite examinés par un jury composé de personnes issues du CFSI et extérieures. Les procédures de sélection des projets répondent aux règles de transparence du Comité de la Charte auprès duquel le CFSI est agréé.

Dix critères seront utilisés pour rendre un premier avis :

- la cohérence entre votre projet et les objectifs, le thème de la campagne ainsi que les publics visés ;
- l'expérience des porteurs du projet et l'adaptation des moyens mobilisés au projet ;
- la dynamique inter-associative liée au projet ;
- la stratégie liée au Festival de films ALIMENTERRE : l'envergure de l'action, l'implication de nouvelles structures, les lieux de projections, la communication, etc. ;
- la participation d'établissements d'enseignement secondaire (en particulier lycée agricoles, MFR, etc.) ;
- la stratégie de diffusion des outils ALIMENTERRE cités ci-dessus et le dynamisme de votre communication ;
- la richesse, la diversité et l'originalité du programme d'actions ;
- les actions prévues en matière de valorisation de vos activités (retours audiovisuels en particulier) ;
- la participation active de votre organisation aux rencontres nationales du réseau ALIMENTERRE les années antérieures ;
- l'efficacité attendue de l'action (les résultats visés au regard des objectifs) et son envergure géographique pourra également entrer en ligne de compte.

Trois cas sont alors possibles :

- votre projet est accepté et une subvention vous est accordée sous réserve éventuelle de réponse aux questions du jury ;
- votre projet est accepté mais aucune subvention n'est accordée : les dépenses envisagées ne sont pas éligibles, l'envergure de l'action est trop limitée pour prétendre à une subvention au regard de l'enveloppe à répartir, etc.
- votre projet est refusé : il ne rentre pas dans le cadre de l'appel à initiatives.

A l'examen des réponses fournies par les structures retenues, une seconde étape valide la subvention accordée, l'augmente ou la diminue.

Engagements si vous êtes financés

Si vous êtes financés, votre premier engagement est de mettre en place l'action pour laquelle vous avez effectué votre demande. Ensuite, vous vous engagez à respecter les termes de la convention signée avec le CFSI. Vous utilisez les outils de communication de la campagne³ (visuel, logo...) et vous citez le CFSI ainsi que les financeurs de la campagne dans toutes les communications que vous effectuez. **Vous envoyez un délégué à chaque Rencontre du réseau ALIMENTERRE** (NB : le prochain rendez-vous est fixé le **lundi 20 juin 2011**) et à la formation annuelle ALIMENTERRE **les jeudi 8 et vendredi 8 septembre** à Besançon.

Après votre projet, une évaluation

Une fois le projet réalisé, l'équipe qui l'aura mis en place devra évaluer son action (quelles activités ont été effectivement réalisées ? quels résultats ont été atteints ? les objectifs de départ ont-ils été atteints ? Si non, pourquoi ? quelles difficultés ont été rencontrées ?).

Le CFSI vous enverra un **formulaire de bilan** fin novembre 2011. Au plus tard le **15 janvier 2012**, vous devrez l'avoir retourné rempli, accompagné de l'ensemble des pièces comptables justificatives (veillez à bien les conserver au fur et à mesure). Pour une meilleure valorisation de la campagne, nous demanderons également désormais un **retour des activités, avec l'envoi de photos**.

³ Plus précisément, les documents produits par le pôle ou relais dans le cadre de la campagne doivent comporter le logo de votre organisation, ceux d'ALIMENTERRE et du CFSI
CFSI 32 RUE LE PELETIER 75009 PARIS TEL 01 44 83 88 56 - FAX 01 44 83 88 79 8
alimenterre@cfsi.asso.fr