



Paris, le 12 avril 2010

Bonjour,

Cette année, le CFSI fêtera ses 50 ans et ALIMENTERRE soufflera ses 10 bougies. Déjà ! L'insécurité alimentaire dans le monde a globalement régressé depuis 50 ans. Mais cette évolution positive masque au moins deux sombres réalités : d'une part le hold-up massif de l'alimentation mondiale par des intérêts privés et d'autre part en corollaire, l'aggravation des inégalités et la persistance de la pauvreté dans certaines régions du monde qui rendent l'accès à l'alimentation toujours plus problématique. En 2010, se nourrir est un vaste défi amplifié par un contexte général de raréfaction des ressources.

Poursuivant la réflexion entreprise depuis 2008 au travers du thème « Produire, transformer et consommer autrement », la campagne ALIMENTERRE insistera en 2010 sur la nécessité de la **cohérence des comportements et des politiques** pour atteindre effectivement l'OMD n°1.

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 à **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 2010, ainsi que le dossier 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. Toute l'équipe du CFSI est déjà mobilisée pour vous soutenir dans la conception et la réalisation de vos évènements.

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 économiques 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 2010 : Contre la faim, soyons cohérent !**

Il y a 9 ans, les chefs d'Etat et de gouvernements rassemblés au siège de l'ONU à New York, adoptaient solennellement les Objectifs du Millénaire pour le Développement. Selon l'OMD n°1, ils s'engageaient alors à « réduire de moitié, entre 1990 et 2015, la proportion de personnes qui souffrent de la faim et la pauvreté dans le monde ».

Cette année 2010 est celle du bilan à mi-parcours de réalisation de ces OMD. Or, si certaines régions du monde ont atteint leurs objectifs, le creusement des inégalités reste le fait le plus saillant de cette première étape. Les retards accumulés par le continent africain en général sont particulièrement préoccupants. Ce n'est sans doute pas un hasard si l'OMD n°1 concerne la lutte contre la faim. C'est en effet est un objectif clé pour atteindre les autres OMD. Or en Afrique, le nombre de personnes souffrant de la faim est en progression constante. Il représente aujourd'hui un tiers de la population du continent soit environ 300 millions de personnes, une population en majorité rurale et agricole.

La crise alimentaire de 2008 générée par une hausse brutale des prix agricoles a entraîné une prise de conscience quant à la nécessité de soutenir l'agriculture vivrière. L'importance des agricultures familiales (60 à 80 % des actifs en Afrique subsaharienne) en fait le secteur clé à appuyer.

Mais en finir avec la faim dans le monde exige de la part des pays occidentaux la mise en œuvre de politiques cohérentes et de la part de leurs citoyens, des comportements individuels et collectifs qui ne génèrent pas de répercussions négatives sur les agricultures familiales des pays du Sud (citons par exemple la consommation de fruits et de légumes de contre saison dont la production peut se faire au détriment d'une agriculture destinée à la satisfaction des besoins alimentaires locaux).

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, consomme des produits qui favorisent toujours plus l'hyper-concentration de la filière agroalimentaire mondiale.

En 2010, la campagne ALIMENTERRE poursuivra la dynamique de la campagne 2009, tout 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.

La stratégie d'interpellation du public reposera comme l'an dernier sur une accroche de campagne humoristique et décalée, ou provoquant un effet de surprise.

## **Quelles actions pour informer et sensibiliser l'opinion publique ?**

### *1- Le calendrier de la campagne dans ses grandes lignes*

La campagne ALIMENTERRE 2010 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 2010 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 **16 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 16 au 30 novembre et en particulier la Semaine de la Solidarité internationale (13 au 21 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'interpeler 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 en 2010. **Une mise en valeur de la question de la cohérence et la mise en avant de solutions alternatives** sera appréciée, 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...)

- **les rencontres-débats** (ex. sur le bilan à mi-parcours des OMD, sur des alternatives et les initiatives locales innovantes, sur la mise en œuvre des politiques agricoles) ;
- **les activités pédagogiques** en milieu scolaire ;
- **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 2009, la 3<sup>ème</sup> édition du **Festival de films ALIMENTERRE** a confirmé 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. Une édition au Bénin est également à l'étude.

Le programme 2010 du Festival est pratiquement arrêté. Il 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 29 mars dernier a permis d'effectuer les derniers arbitrages.

**Cinq films**<sup>1</sup> ont finalement été retenus. Chaque pôle ou relais ALIMENTERRE sera libre de programmer tout ou partie de ces cinq 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<sup>nde</sup> 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** : la participation de nouveaux lycées agricoles et de nouvelles Maisons Familiales et rurales aux activités ALIMENTERRE, le nombre total de séances organisées, leur rayonnement géographique sur la région ou le département seront des critères appréciés.

Le Festival de films ALIMENTERRE fait l'objet d'une **fiche technique détaillée à l'attention des organisateurs**. Elle est jointe à cet appel à projets.

---

<sup>1</sup> Cf. Fiche technique Festival jointe

#### 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* : ex. manuel de campagne, dossier de présentation du Festival, dossier et communiqué de presse ;
- *des outils de communication en direction du grand public* : ex. affiche A3, dépliant Festival, planche de flyers Festival, mail animé d'annonce Festival, 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, tiré à part Alternatives Economiques, quiz ALIMENTERRE sur le site du CFSI, recueil de témoignages Sud « Du champ à l'assiette », recueil d'outils pédagogiques EAD, livret d'exposition « ALIMENTERRE des paysans contre la faim » et exposition « La faim dans le monde ».

Deux principaux outils de sensibilisation du public seront à priori créés cette année : un dépliant et un nouveau tiré à part Alternatives Economiques.

Quatre outils créés lors d'éditions antérieures sont par ailleurs encore disponibles :

- le recueil d'outils pédagogiques d'éducation au développement (2008), à voir sur : [http://www.cfsi.asso.fr/upload/ALIMENTERRE08\\_recueilEAD.pdf](http://www.cfsi.asso.fr/upload/ALIMENTERRE08_recueilEAD.pdf)
- le livret « ALIMENTERRE, des paysans contre la faim » (2006) visible sur : <http://fr.calameo.com/read/0000237489cc36fada768>
- le recueil de témoignages Sud « Du champ à l'assiette » (2008) visible sur : [http://www.cfsi.asso.fr/upload/du-champ-a-l-assiette\\_PTCA.pdf](http://www.cfsi.asso.fr/upload/du-champ-a-l-assiette_PTCA.pdf)
- le tiré à part Alternatives Economiques « Le monde a faim, nos choix sont vitaux » (2008) : [http://www.cfsi.asso.fr/upload/272bis\\_16p-OK\\_1.pdf](http://www.cfsi.asso.fr/upload/272bis_16p-OK_1.pdf)

Leur diffusion active dans des cadres appropriés ou à destination d'interlocuteurs pertinents sera apprécié par le CFSI.

#### 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** qui 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<sup>nde</sup> 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 jeudi 15 avril**
- Date limite de retour des projets **le vendredi 28 mai**
- Réponses communiquées **le vendredi 11 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 28 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 (créés en 2010 ou les années précédentes et toujours d'actualité) seront gracieusement mis à la disposition des partenaires d'ALIMENTERRE, sous réserve d'engagement concernant leur utilisation. La liste des outils disponibles sera transmise ultérieurement.

*Les rencontres du réseau, formation annuelle et séminaire Médiatiser*

- Trois rencontres nationales du réseau ALIMENTERRE sont organisées en 2010 : les 29 mars, 21 juin et 13 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 **9 et 10 septembre** à Lille. 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 le cadre d'un autre projet du CFSI intitulé « Médiatiser la face invisible du développement », un séminaire sera organisé à Paris les **14 et 15 juin**<sup>2</sup> prochains. Nous vous invitons également à participer à cet événement.

---

<sup>2</sup> Au lieu des 1<sup>er</sup> et 2 juin initialement communiqués

Dans les trois cas, les coûts de transport (base SNCF 2<sup>ème</sup> classe<sup>3</sup>), 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, et en particulier pour appuyer l'engagement de structures en région, l'organisation de rencontres d'information sur ALIMENTERRE est possible.

### *Les intervenants sur vos manifestations*

**Partenaires Sud :** Comme en 2009, 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.

Nous ferons en sorte également de profiter autant que faire ce peut de la venue de partenaires Sud dans le cadre des autres activités du CFSI (plaidoyer, pôle coopération, etc.).

**Autres intervenants :** Dans le cadre du Festival de films, le CFSI sollicitera les réalisateurs des films sélectionnés. Nous espérons qu'une quinzaine d'interventions pourront ainsi 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 ou le GRET, ou encore des réseaux militants proches, comme le CCFD, Oxfam, etc.). N'hésitez pas à nous en parler. Une liste qualifiée d'intervenants nationaux sur les thèmes du Festival de films sera constituée d'ici l'été.

Dans ce cas, les déplacements en train (SNCF 2<sup>nde</sup> 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...

Si vous souhaitez participer à la campagne 2010, 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 2010, 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 ?

---

<sup>3</sup> 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.

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). La « fiche projections en cinéma 2010 » jointe à cet appel à projets peut vous aider à mieux négocier le partenariat avec un cinéma.

### *Rédiger son projet et l'envoyer au CFSI avant le 28 mai 2010*

Une fois le projet défini, vous pourrez remplir le document de présentation. 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 en 2010. Les documents de présentation de votre projet devront être envoyés au CFSI avant le 28 mai 2010.

### *Une réponse du CFSI d'ici le 11 juin 2010*

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 participation au Festival de films ALIMENTERRE, l'envergure de votre action et l'implication de nouvelles structures ;
- 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 convention signée avec le CFSI. Vous utilisez les outils de communication de la campagne<sup>4</sup> (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 21 juin 2010**) et à la formation annuelle ALIMENTERRE **les jeudi 9 et vendredi 10 septembre** (à confirmer).

### *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** début décembre 2010. Au plus tard le **15 janvier 2011**, 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 sous forme audiovisuelle** : photos (a minima), mais également petits films, enregistrement sonores, etc.

---

<sup>4</sup> 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