



## APPEL A INITIATIVES LIGNES DIRECTRICES

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

---

#### Objectifs

Depuis 2000, la campagne ALIMENTERRE sensibilise la population française sur les causes économiques, sociales et politiques de la faim dans le monde et promeut une agriculture familiale durable au Nord comme au Sud.

Les objectifs généraux de la campagne ALIMENTERRE sont :

- 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 à la souveraineté alimentaire ;
- faire prendre conscience de la nécessité de soutenir une agriculture familiale, viable et durable au Nord comme au Sud ;
- sensibiliser chacun à sa responsabilité de citoyen et encourager les changements de comportements individuels et/ou collectifs.

#### Le calendrier de la campagne dans ses grandes lignes

**La campagne ALIMENTERRE se déroule toute l'année**, en fonction des activités propres organisées par les « pôles » et « relais » qui l'animent localement. Des activités peuvent être mises en œuvre y compris avant que les outils spécifiques de l'année ne soient disponibles en août/septembre. Il est possible de tenir un stand lors de la Quinzaine du commerce équitable (mai) par exemple, en utilisant des outils ALIMENTERRE fournis antérieurement, ou d'organiser une projection-débat sur un film libre de droits dans le cadre du Printemps bio (juin). Vous pouvez aussi monter une action, plus dans la durée, comme un projet pédagogique dans une école ayant pour moment-phare le Festival de films.

**Le temps fort de campagne dure un mois et demi, du 15 octobre au 30 novembre.** La Journée mondiale de l'alimentation, le 16 octobre, est une journée emblématique autour de laquelle une forte mobilisation est souhaitée. Le **Festival de films ALIMENTERRE** est la principale activité de la campagne et sa durée coïncide avec son temps fort.

**Du 16 au 24 novembre 2013, la Semaine de la solidarité internationale (SSI)** est propice à l'organisation de manifestations et activités diverses en lien avec les thèmes défendus par ALIMENTERRE.



C A M P A G N E

ALIMENTERRE 2013



## Qui peut participer ?

---

L'appel à initiatives s'adresse à toute organisation française 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**.

Tout acteur de la campagne doit présenter au CFSI son projet via le formulaire en annexe, qu'il demande un appui financier ou non. La validation de son projet lui donne le droit d'inscrire son action dans le cadre de la campagne **ALIMENTERRE** et de bénéficier gracieusement ainsi de tous les outils, de participer aux réflexions et réunions du réseau, etc.

Les acteurs impliqués dans cette campagne sont invités à se regrouper sur leur département ou région, afin d'élaborer des actions collectives et présenter une initiative de façon coordonnée. La structure coordinatrice peut établir des collaborations avec des municipalités, des chercheurs, des universités, des lycées, des réseaux de distribution alternatifs (ex : Biocoop)... Nous encourageons notamment le rapprochement avec l'enseignement agricole (liste des contacts téléchargeables sur le site du Ministère de l'agriculture : <http://minilien.fr/a0m1ye>)

## Les pôles et relais

Les organisations qui participent à la campagne **ALIMENTERRE** en France et ailleurs (Europe, Afrique de l'Ouest, Comores...) sont appelées pôles ou relais. Leurs fonctions respectives ont été définies lors d'une rencontre du réseau en décembre 2012.

**Les relais organisent des événements** localement dans le cadre de la Campagne et du Festival. Ils mettent en œuvre opérationnellement la Campagne avec leurs partenaires.

**Les pôles assurent à l'année un rôle de coordination et d'animation** de la Campagne à l'échelle d'une région, d'un département, parfois plus localement. Ils accompagnent, forment et conseillent les relais (déplacements, réunions), recherchent de nouveaux relais, partenaires et financements à l'échelle de leur territoire, diffusent les outils **ALIMENTERRE**, valorisent les ressources territoriales... Leur mission d'animation de réseau se fait à l'année dans le cadre d'un engagement durable auprès du CFSI à animer et développer la campagne sur leur territoire.

Les pôles, ou les relais ayant pour perspective de devenir pôle, peuvent demander un appui financier au CFSI dans le cadre de cet appel à initiatives.

Par ailleurs, cette année, un appui complémentaire est proposé pour le développement du Festival à l'étranger.

La majorité des pôles et relais **ALIMENTERRE** en France et à l'étranger participent au temps fort du Festival de films. Vous trouverez la liste et leurs coordonnées sur le site du Festival : <http://www.festival-alimenterre.org/relais-festival>



C A M P A G N E

ALIMENTERRE 2013



## Thématique 2013

---

### La transition agricole et alimentaire

« Vers des systèmes agricole durables qui garantissent  
souveraineté alimentaire et alimentation pour tous »

Le début de l'année 2013 a mis en évidence une fois de plus les dérèglements d'un système agroalimentaire mondialisé. A la confusion habituelle sur la provenance géographique des aliments, s'est ajouté le scandale des plats cuisinés à base de viande de cheval alors que l'étiquette mentionnait « bœuf ». Alors que l'Europe entière dénonçait cette vaste fraude, la Commission européenne proposait la réintroduction des farines animales pour l'alimentation des animaux d'élevage. Ce manque de transparence et de cohérence est corrélé à une industrialisation croissante, « du champ à l'assiette », qui passe pour inéluctable.

Ailleurs dans le monde, le développement économique et l'émergence des classes moyennes suivent des directions tout aussi industrialisées et mondialisées, que les crises successives ne font que renforcer. Des acteurs des sociétés africaines, asiatiques ou sud-américaines alertent sur les écueils d'un modèle où les paysans ne peuvent plus vivre de leur travail et où la population se nourrit d'importations massives à bas prix. Un modèle économique qui passe pour incontournable.

Et pourtant...

Au Nord comme au Sud, des agriculteurs, des citoyens et responsables locaux s'engagent dans des initiatives alliant production d'aliments de qualité et reconquête des marchés par une agriculture familiale durable. Ils démontrent ainsi que d'autres modèles de développement agricole sont viables, à des échelles plus ou moins grandes, et qu'une transition est possible.

Mais le **mouvement vers une transition agricole et alimentaire** ne consiste pas seulement à promouvoir ces alternatives éparses « à côté » du modèle actuel. Il nourrit la perspective d'une véritable transformation de ce système dominant, avec une vision concrète des résultats à atteindre. Il mise sur le déploiement de nombreuses actions complémentaires, initiatives collectives et interventions publiques, pour une meilleure autonomie territoriale. Les enjeux clés de ce changement sont avant tout la défense de la souveraineté alimentaire et le droit à une alimentation saine pour tous, la promotion de l'emploi agricole, ainsi que l'autosuffisance énergétique et la préservation des ressources naturelles.

En 2013, la campagne ALIMENTERRE propose d'ouvrir le débat :

- **En quoi nos choix alimentaires quotidiens** renforcent-ils et influencent-ils les dynamiques actuelles de production et d'échange de produits agricoles ?
- **Quelles transformations, au Nord comme au Sud,** permettront de garantir la souveraineté alimentaire des peuples et le droit à une alimentation saine pour tous ?
- **Comment pouvons-nous agir** en tant que consommateurs et citoyens pour favoriser la transition vers des systèmes agricoles et alimentaires durables ?



C A M P A G N E

ALIMENTERRE 2013



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

### Un programme varié d'animations de campagne

A partir de l'angle particulier donné par ce **thème de campagne de la transition**, libre à vous de proposer les types d'action, de public et d'approche qui vous semblent les plus adaptés à votre savoir-faire et à votre réalité locale. Le champ d'action est large :

- les projections de films suivies de débat avec le public, en particulier dans le cadre du temps fort privilégié du Festival de films ALIMENTERRE ;
- les marchés alimentaires et solidaires ou les tenues de stands avec des producteurs et transformateurs, qui proposent 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 la question du foncier, des mobilisations paysannes, du gaspillage alimentaire, sur des alternatives locales innovantes... ;
- les activités pédagogiques en milieu scolaire : Jeu de la banane, commerce équitable, consommation responsable... jusqu'à des projets de classes sur plusieurs semaines ou mois ;
- 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... ;
- les initiatives montées en partenariat avec les collectivités territoriales, etc.

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

Des **outils de sensibilisation, d'information et de communication** sont mis à disposition gratuitement par le CFSI pour préparer ces actions, leur servir de support et les diffuser au public (cf. page 5).

### Le Festival de films ALIMENTERRE

En 2012, la 6<sup>e</sup> édition du Festival de films ALIMENTERRE a encore amplifié le succès de l'opération. Aujourd'hui devenu le principal vecteur de la Campagne, le Festival devrait se poursuivre cette année en Europe (Allemagne, Belgique, Pologne, République Tchèque, Roumanie), Afrique (Bénin, Guinée-Conakry, Sénégal, Togo, Niger), aux Comores...

Le programme 2013 du Festival a fait l'objet d'un travail collectif de visualisation et de critiques de films, auquel neuf pôles et relais ALIMENTERRE<sup>1</sup>, le RED et BIOCOOP ont activement participé. **Six films 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, en cinéma, salle municipale, médiathèque ou au sein d'établissements scolaires (à partir du niveau lycée).

<sup>1</sup> Anis Etoilé, Artisans du Monde Grenoble, CEDIDELP, CRISLA, Coopérative écologiste Ile-de-France, Lafi-Bala, RADSI, RECIDEV, Starting-Block



C A M P A G N E

ALIMENTERRE 2013



Publics : les messages et les valeurs d'ALIMENTERRE visent à être diffusés largement, en particulier vers :

- un grand public sensible au développement durable et à la qualité de son alimentation ;
- un public scolaire, en particulier des lycéens, de l'enseignement général et agricole ;
- un public étudiant, en particulier les élèves ingénieurs en école d'agronomie.

L'organisation de débats contradictoires 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, apportant un éclairage différent voire contradictoire sur le film. Cela permet d'éviter plusieurs écueils : défaillance de dernière minute, « légèreté » d'un intervenant sur le sujet, absence d'impartialité, etc.

Voir la **fiche technique à l'attention des organisateurs du Festival**, qui précise notamment les conditions de diffusion des films (disponible d'ici fin mai, téléchargeable sur le site).

[www.festival-alimenterre.org](http://www.festival-alimenterre.org)

## Comment le CFSI peut-il vous soutenir?

---

Tout au long de la conception et la mise en œuvre de vos initiatives, le CFSI est à votre écoute pour en discuter et répondre à vos questions, et vous appuie de plusieurs façons :

### 1- Un appui financier aux coordinations territoriales

Le CFSI a prévu un budget de 27 500 euros, montant supérieur à l'an dernier. Il sera réparti entre les initiatives présentées en réponse à ce présent appel. Cette année, le CFSI appuiera financièrement les **Pôles ALIMENTERRE**, ainsi que les relais ayant pour objectif de devenir Pôle, c'est-à-dire les structures ayant un **rôle spécifique de coordination de la campagne sur leur territoire au-delà de l'organisation de leurs propres animations**, à l'échelle régionale, départementale, voire locale (cf. définitions page 2). Ainsi, le financement appuiera des structures ayant un rôle d'animation territoriale via une présence salariale dédiée sur la campagne ALIMENTERRE.

#### Par conséquent, les dépenses éligibles sont:

- principalement les coûts **de salaires de personnes investies sur ALIMENTERRE** (sur justificatif de fiche de paie) ;
- à titre complémentaire, les **dépenses liées à l'animation territoriale**, par exemple les frais de déplacement des animateurs pour des réunions sur leurs territoires<sup>2</sup>.

#### 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.
- les postes salariés bénéficiant déjà d'un financement de la part d'un ministère (ex. dispositif FONJEP du MAEE) ne pourront bénéficier d'aucune prise en charge financière. Les organisations n'ayant pas de salarié ne sont pas éligibles non plus pour cet appui ;

#### Calendrier :

- Vendredi 7 juin : date limite de retour des candidatures ;
- Mercredi 28 juin : envoi des résultats aux candidats.

---

<sup>2</sup> sur présentation des billets de train SNCF 2<sup>de</sup> classe ou d'une demande de remboursement accompagnée d'une copie de la carte grise



## 2- La mise à disposition d'outils de sensibilisation et de mobilisation

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 de sensibilisation et de mobilisation** ALIMENTERRE **gracieusement mis à la disposition des pôles et relais de la campagne** début septembre, sous réserve d'engagement concernant leur utilisation. Un bon de commande sera à retourner au CFSI début juillet.

Ils sont de trois sortes :

- **des outils de mobilisation** pour les organisateurs et partenaires potentiels :
  - o charte CFSI sur l'agriculture familiale durable,
  - o nouveau dépliant en 3 volets de présentation de la campagne,
  - o dossier de partenariat,
  - o fiche technique du Festival,
  - o fiches pédagogiques par film du Festival,
  - o manuel de campagne,
  - o répertoire d'intervenants... ;
- **des outils de communication** en direction du grand public :
  - o le site internet festival-alimenterre.org et son agenda,
  - o l'affiche A3,
  - o les planches de flyers Festival personnalisables,
  - o le programme du Festival,
  - o l'email animé d'annonce du Festival (personnalisable),
  - o bandes-annonces du Festival et des films.
- **des outils d'information et de sensibilisation** en direction du public :
  - o brochure tiré-à-part d'Alternatives Économiques,
  - o exposition ALIMENTERRE 2012,
  - o calendrier perpétuel sur les agrocarburants,
  - o recueil d'outils pédagogiques d'Éducation au développement (2008),
  - o livret d'exposition « ALIMENTERRE : des paysans contre la faim » (2006),
  - o cf. le centre de ressources collaboratif en ligne [www.alimenterre.org](http://www.alimenterre.org).

## 3- L'organisation de rencontres du réseau et d'une formation

**Trois rencontres nationales du réseau ALIMENTERRE** sont organisées en 2013 les **lundis 25 mars, 24 juin et 16 décembre à Paris**. Elles ont des objectifs de coordination des aspects opérationnels (choix de la thématique...), d'échanges entre pôles et relais et d'appropriation collective de la Campagne et du Festival de films.

De plus, une **formation** sera organisée en partenariat avec la DGER du Ministère de l'Agriculture les **11, 12 et 13 septembre à Florac**. 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'animation et de faire un point pratique sur l'organisation des activités de campagne. L'ordre du jour de la formation sera envoyé d'ici fin juillet. Pour ces événements, les coûts de transport (rencontres et formation), de séjour (formation) et du repas de midi (rencontres) sont pris en charge par le CFSI à raison d'un représentant par pôle ou relais ALIMENTERRE.

Par ailleurs, le CFSI pourra se déplacer à l'invitation des pôles et relais à l'occasion de rencontres d'information sur ALIMENTERRE qu'ils organiseront.





C A M P A G N E

ALIMENTERRE 2013



## 4- L'invitation d'intervenants sur vos manifestations

### Partenaires du Sud

Trois représentants d'organisations d'Afrique de l'Ouest au minimum 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 (notamment lors de la Semaine de la solidarité internationale). Comme l'an dernier, le CFSI organisera leur circulation de façon à minimiser les longs trajets et profiter au mieux de leur présence. La coordination au niveau régional de vos activités facilitera cette logistique.

### Autres intervenants

Dans le cadre du Festival de films, le CFSI met à disposition un répertoire d'intervenants « nationaux », incluant les réalisateurs des films sélectionnés, des chercheurs et des personnes-ressources issues des organisations membres du CFSI comme Essor ou le GRET, ou encore des réseaux militants proches, comme le CCFD-Terre Solidaire, Oxfam France, etc.

Dans et hors cadre du Festival, ces personnes pourront être contactées directement, sans passer par le CFSI. Elles sont favorables à une intervention, sous réserve de leur disponibilité le jour demandé. Dans ce cas, les déplacements en train (SNCF 2<sup>de</sup> classe) peuvent être pris en charge par le CFSI dans la limite du budget disponible. Les repas et, le cas échéant, l'hébergement sont assurés par les pôles et relais.

## Plus concrètement, comment participer ?

---

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 à un échelon territorial

Avant de mettre en place une action dans le cadre d'**ALIMENTERRE** 2013, il vous faut, si ce n'est déjà fait, constituer une équipe de travail, qui sera plus ou moins étoffée selon l'échelle territoriale de votre projet. Dans tous les cas il est important qu'elle regroupe plusieurs types d'organisations qui partagent les objectifs de la campagne.

A ce stade, contactez également le Pôle **ALIMENTERRE** de votre région ou département, s'il y en a un et/ou les relais de la campagne déjà identifiés près de chez vous afin de bien vous coordonnez ensemble.

Le premier travail de votre équipe sera de formuler son projet, en répondant à ces quelques questions : que voulons-nous faire dans le cadre de la campagne ? Quels sont les enjeux locaux pour la relayer, un type d'acteurs locaux à associer d'emblée ? Quel(s) public(s) souhaite-t-on toucher ? 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...) ? Quels sont les moyens nécessaires ? Quels autres partenaires pouvons-nous associer dès que possible ?

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 cinémas).



## Rédiger son projet et l'envoyer au CFSI avant le vendredi 7 juin 2013

Une fois le projet défini, remplissez le formulaire de dépôt de candidature. Cela vous permettra de le formaliser et de demander, si vous le souhaitez, un appui financier de la part du CFSI. De plus, cela nous permet d'être informés des initiatives et ainsi de les valoriser au niveau national. Les documents de présentation de votre candidature devront être envoyés au CFSI avant le vendredi 7 juin 2013.

## Évaluer son projet

Les projets faisant l'objet d'une demande de financement seront examinés par un jury composé de personnes issues du CFSI et extérieures, puis les propositions validées par le bureau du CFSI. Les procédures de sélection des projets répondent aux règles de transparence du Comité de la Charte auprès duquel le CFSI est agréé.

Les critères d'attribution du financement sont classés en 2 catégories :

### 1- Coordination territoriale :

- niveau de coordination (régional, départemental, local) ;
- nature, envergure et diversité du réseau pluri-acteurs coordonné ;
- participation du secteur agricole et alimentaire au sens large : professionnels agricoles, enseignement agricole, associations de consommateurs... ;
- nature des missions de coordination, d'animation et d'accompagnement du territoire ;
- qualité de la relation entre la coordination et les relais de la Campagne ;
- expérience des porteurs du projet et évolution de la coordination par rapport à l'année antérieure ;
- implication dans le réseau ALIMENTERRE (participation active aux rencontres nationales du réseau) ;
- perspectives de développement de la coordination pour les années à suivre (en tant que Pôle) ;
- moyens mis à disposition par la structure sur la coordination de la campagne (salariés...).

### 2- Envergure et qualité des actions Campagne et Festival

- nombre d'actions envisagées et public touché ;
- répartition des actions sur le territoire ;
- cohérence entre les objectifs du projet, le thème de la campagne, les publics visés et les moyens mobilisés ;
- richesse, diversité et originalité du programme d'actions ;
- diversité du public touché ;
- stratégie de diffusion des outils ALIMENTERRE cités ci-dessus et dynamisme de la communication (médias et autres) ;
- valorisation des activités (retours audiovisuels en particulier) ;
- nouveau type d'action, nouveau partenariat, nouveau public ;
- expérimentation en termes de communication ou sensibilisation du public, etc.

## Une réponse du CFSI au plus tard le vendredi 28 juin 2013

Trois cas sont alors possibles :

- **votre projet est accepté et une subvention vous est accordée** sous réserve éventuelle de réponse à certaines questions du jury. Une seconde étape valide la subvention accordée, l'augmente ou la diminue, au regard de l'ensemble des projets retenus.
- **votre projet est accepté mais aucune subvention n'est accordée** : votre organisation ne joue pas un rôle de coordination territoriale tel que défini dans l'appel, les dépenses envisagées ne sont pas éligibles, etc.
- **votre projet est refusé** : il ne rentre pas dans le cadre de l'appel à initiatives.





C A M P A G N E

ALIMENTERRE 2013



## Engagements si vous êtes financés

Une convention est signée avec le CFSI, précisant les différents engagements réciproques pris dans le cadre de ce financement. Vous vous engagez à :

- assurer un rôle de coordination territoriale tels que défini dans l'appel ;
- mettre en place les actions pour lesquelles vous avez effectué votre demande ;
- utiliser les outils de communication de la campagne (visuel, logo...) ;
- citer le CFSI ainsi que les financeurs de la campagne dans toutes les communications que vous effectuez ;
- envoyer un délégué à chaque rencontre du réseau ALIMENTERRE et à la formation annuelle ALIMENTERRE ;
- envoyer un formulaire de bilan rempli et les pièces justificatives comptables.

## 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 ? 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 2013. Au plus tard le 15 janvier 2014, 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.

## Contact et renseignements complémentaires

---

Magali AUDION, Responsable Publics et Réseaux  
En remplacement de Mathilde BONNARD jusqu'à fin juin

CFSI - 32 rue Le Peletier 75009 Paris  
Tél. : 01 44 83 88 56  
[alimenterre@cfsi.asso.fr](mailto:alimenterre@cfsi.asso.fr)  
[www.festival-alimenterre.org](http://www.festival-alimenterre.org)