



ALIMENT TERRE

Pour une agriculture et une alimentation durables et solidaires



© 29.10 Gattières - Jil Troin-Guis

MANUEL POUR L'ORGANISATION D'INITIATIVES EN 2018

12/10/18



AVEC LE SOUTIEN DE :



EN PARTENARIAT AVEC :



ILS COORDONNENT ALIMENTERRE SUR LEUR TERRITOIRE :



Le présent document bénéficie du soutien financier de l'Agence Française de Développement, de Biocoop, de la Fondation Léa Nature Jardin Bio et de Triballat Noyal. Les idées et les opinions présentées sont celles du CFSI et ne représentent pas nécessairement celles des organismes précités.

CONTENU

ÉDITO.....	5
Le contexte	5
L'édition 2018 du festival ALIMENTERRE	5
Les nouveautés ALIMENTERRE	5
LE RESEAU ALIMENTERRE	6
Notre raison d'être	6
Notre vision	6
Notre ambition et nos objectifs	6
Nos principes d'actions	7
Prescripteurs et cibles.....	7
LE FESTIVAL ALIMENTERRE.....	8
Un évènement incontournable sur l'alimentation durable et solidaire	8
65 000 personnes et des milliers d'évènements dans 600 communes	8
Des intervenants venus d'ailleurs pour un regard croisé sur l'alimentation dans le monde.....	8
LE PRIX ALIMENTERRE.....	9
Le Prix ALIMENTERRE évolue	9
Qui peut participer ?.....	9
Déroulement	9
Récompenses	9
DES RESSOURCES TOUTE L'ANNEE	10
FOCUS SUR QUELQUES OUTILS	11
Exposition ALIMENTERRE sur les causes de la faim	11
Des fiches thématiques pédagogiques sur 15 enjeux.....	11
Des fiches de présentation des films	11
Un dossier alternatives Economiques : « <i>Manger autrement, vers une alimentation durable</i> ».....	11
LES OUTILS DE COMMUNICATION FESTIVAL.....	12
UN ACCOMPAGNEMENT SUR LES TERRITOIRES	14
PARTENAIRES ET TETES DE RESEAUX NATIONAUX	16
ANNEXES.....	23
ALIMENTERRE 18 ans de mobilisation !	23
Suggestion de déroulement de séance.....	26
L'animation de débats	27
Communiquer avec les medias	30
La charte graphique d'ALIMENTERRE.....	33

Le contexte

Alors que de plus en plus de citoyens prennent conscience des dérives du système alimentaire mondialisé, de **nombreux constats résonnent encore cette année** : famines qui sévissent notamment en Afrique de l'Est, déclin alarmant de la biodiversité, engagements sur le climat qui reculent, scandales sanitaires à répétition, agriculteurs et éleveurs en difficulté, concentration du secteur agro-alimentaire et tentation du repli sur soi face à une mondialisation qui ne répond pas à ses promesses.

De plus en plus d'acteurs s'engagent pour une alimentation durable et solidaire et pour le droit à l'alimentation. En 2019, la déclaration des Nations unies pour le droit des paysans¹ pourrait être adoptée lors de son Assemblée Générale. La société civile s'organise également pour une autre Politique agricole commune (PAC) et prévoit les 27 et 28 octobre prochain les premières journées européennes d'action du mouvement "Good Food, Good Farming"². L'observatoire sur l'alimentation durable animé par Resolis³, qui recense aujourd'hui près de 600 initiatives locales, est source d'inspiration pour les acteurs de la transition alimentaire.

L'édition 2018 du festival ALIMENTERRE

Pour aborder ces enjeux auprès du grand public et des jeunes et susciter chez eux l'envie d'agir, le CFSI propose cette année une **sélection de films composée de 3 longs-métrages et 5 moyens-métrages avec des droits négociés** pour des projections non commerciales du 15 octobre au 30 novembre 2018. Le CFSI invitera également 3 intervenants internationaux pour une tournée dans toute la France du 12 au 25 novembre.

Le festival ALIMENTERRE 2018 ouvre de nouveaux débats : les semences paysannes, maillon essentiel de notre alimentation ? L'huile de palme peut-elle être une source d'énergie durable et de revenus décents pour les paysans ? L'agroécologie, la solution pour nourrir la planète ? Quel doit être le rôle des entreprises dans la lutte contre la faim ? Quelle politique d'aide au développement ? Quels enjeux derrière les produits de grande consommation ? Quelles politiques agricoles et commerciales pour une alimentation durable et solidaire ?

Les nouveautés ALIMENTERRE

De nouveaux partenaires et réseaux nationaux s'impliquent cette année dans l'organisation du festival et proposent de participer aux débats. N'hésitez pas à les solliciter. **Un nouveau site internet** a été lancé en septembre avec la fusion du site événementiel festival-alimenterre.org et du centre de ressources alimenterre.org. Il comprend un espace organisateur dédié pour communiquer sur vos événements et simplifier la saisie des bilans et le paiement des droits de diffusion. Ce site propose des outils pédagogiques pour sensibiliser toute l'année. **Le Prix ALIMENTERRE 2019** récompense et valorise les initiatives mobilisatrices favorisant l'engagement des jeunes pour une alimentation durables et solidaires.

¹ <http://www.cfsi.asso.fr/actu/defendre-droits-paysans-combat-a-haut-risque>

² <https://www.goodfoodgoodfarming.eu/about.html>

³ Resolis recense au sein de son observatoire de nombreuses initiatives : <http://resolis.org/observatoire-alimentation>

LE RESEAU ALIMENTERRE

Le CFSI anime le réseau ALIMENTERRE composé d'organisations membres et non membres du CFSI. Il est constitué :

- de têtes de réseaux nationaux qui **mobilisent** leur réseau sur les territoires ;
- de **coordinations** territoriales qui développent une stratégie territoriale visant notamment la mise en oeuvre d'actions de sensibilisation ALIMENTERRE au niveau territorial ;
- d'organisations locales qui **organisent** des actions de sensibilisation (lycées, universités, cinémas et autres lieux culturels, associations, collectivités locales, etc.).

Notre raison d'être

Ces acteurs se reconnaissent dans les valeurs portées par le réseau autour de messages communs. L'accès à une alimentation de qualité est un enjeu partagé ici et dans le monde alors que le système alimentaire mondialisé ne répond pas aux défis économiques, sociaux et environnementaux. Pour répondre à cet enjeu : la souveraineté alimentaire basée sur des systèmes alimentaires durables et responsables où priment l'agroécologie et le consommer local. Les citoyens informés sur les enjeux alimentaires du local au global ont un rôle à jouer pour la démocratie alimentaire et le droit à l'alimentation.

Notre vision

En 2025, **le réseau ALIMENTERRE réunit des acteurs de nature et de secteurs divers** sur l'ensemble du territoire français, ainsi que dans d'autres pays. Ils partagent des **valeurs communes**. Le réseau est allié avec des partenaires clefs pour **sensibiliser le public sur les enjeux alimentaires et agricoles mondiaux**. Il maintient un haut niveau de qualité dans ses messages et ses activités sur les enjeux agricoles et alimentaires mondiaux. Il est reconnu par les citoyens, les institutions, l'éducation formelle et informelle, le monde professionnel agricole, comme un relais d'information incontournable, légitime et crédible. Il est capable d'innover, de s'adapter et de démultiplier pour relever les défis auxquels il doit faire face (nouveaux publics, nouveaux enjeux, nouveaux modes de communication, etc.).

Notre ambition et nos objectifs

Le réseau ALIMENTERRE a pour ambition l'appropriation par les citoyens des enjeux alimentaires mondiaux afin de co-construire des systèmes alimentaires durables et responsables contribuant au droit à l'alimentation. Pour cela, le CFSI anime le réseau ALIMENTERRE dans le but de :

- fédérer les membres et les mettre en réseau sur les territoires avec les acteurs de l'alimentation ;
- créer et accompagner la mise en oeuvre d'espaces de débat et d'actions de sensibilisation pour que les citoyens prennent conscience des enjeux permettant ou non un accès à une alimentation saine et suffisante pour tous et partout ;
- former les organisations sur les enjeux alimentaires mondiaux et encourager l'échange de pratiques entre ces organisations pour développer des approches pédagogiques innovantes ;

- valoriser les initiatives alimentaires durables et responsables pour favoriser l'engagement citoyen pour une alimentation durable.

Nos principes d'actions

Pour faire face à ces enjeux, le réseau **ALIMENTERRE** contribue au développement d'approches pédagogiques innovantes basées sur les principes de l'éducation à la complexité. Ainsi, il favorise le développement d'une vision holistique de l'alimentation, et l'éducation à la citoyenneté et à la solidarité internationale (ECSI).

Prescripteurs et cibles

- prescripteurs : organisations de l'éducation formelle et non-formelle, collectivités locales, acteurs du monde agricole et alimentaire, médias, acteurs culturels ;
- cibles : les citoyens, notamment les futurs professionnels et les professionnels du secteur agricole et alimentaire.

LE FESTIVAL ALIMENTERRE

Un évènement incontournable sur l'alimentation durable et solidaire



Le festival ALIMENTERRE a vu le jour en 2007 dans un cinéma parisien. Depuis, il est devenu un évènement international sur l'alimentation durable et solidaire organisé chaque année du 15 octobre au 30 novembre.

Autour d'une sélection de 8 films documentaires, il amène les citoyens à s'informer et comprendre les enjeux agricoles et alimentaires en France et dans le monde, afin qu'ils participent à la co-construction de systèmes alimentaires durables et solidaires et au droit à l'alimentation.

65 000 personnes et des milliers d'évènements dans 600 communes

Durant 1 mois et demi, plus d'un millier d'évènements sont organisés dans 600 communes et une dizaine de pays : projection-débat, marché alimentaire et solidaire, atelier cuisine bio, locale et équitable avec des enfants, exposition, visite de fermes et rencontre avec des professionnels agricoles, jeu pédagogique pour une classe de lycéens, spectacle de rue, etc. Plus de 65 000 personnes participent chaque année, dont plus de la moitié des jeunes provenant en majorité de lycées agricoles. Les initiatives jeunesse les plus novatrices et originales sont récompensées dans le cadre du Prix ALIMENTERRE, organisé avec l'enseignement agricole.

Des intervenants venus d'ailleurs pour un regard croisé sur l'alimentation dans le monde

Durant le festival, le CFSI invite trois intervenants d'Afrique, d'Asie ou d'Amérique latine engagés dans leur pays pour une agriculture et une alimentation durables et solidaires. Ils sont en tournée en France en novembre pendant une quinzaine de jours et se joignent au millier d'intervenants français et internationaux pour débattre et assurer un regard croisé des enjeux et des solutions en France et dans le monde.

Pour organiser le festival, consulter : <http://www.alimenterre.org/organiser-un-evenement-dans-le-cadre-du-festival-alimenterre>

LE PRIX ALIMENTERRE

Le Prix ALIMENTERRE évolue

Créé en 2012 par le CFSI, en partenariat avec la Direction générale de l'enseignement et de la recherche du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, le Prix ALIMENTERRE récompense et valorise depuis 2019 les initiatives mobilisatrices favorisant l'engagement des jeunes pour une alimentation durables et solidaires.

Vous avez entre 15 et 24 ans ? Vous êtes enseignant ? Votre organisation s'implique auprès des jeunes ? Vous avez réalisé des actions de sensibilisation sur les enjeux agricoles et alimentaires à destination du jeune public en France ? Faites-le nous savoir jusqu'au 17 mars 2019 ! Les lauréats recevront une récompense jusqu'à 2 000 € par initiative pour poursuivre ou développer leurs actions.

Qui peut participer ?

La participation est ouverte aux candidats habitant en France : établissement d'enseignement secondaire et supérieur, groupe de jeunes, entre 14 et 25 ans, association étudiante, association travaillant avec les jeunes. La participation au prix est libre et gratuite. Les candidatures présentées par des jeunes devront être portées par une structure.

Déroulement

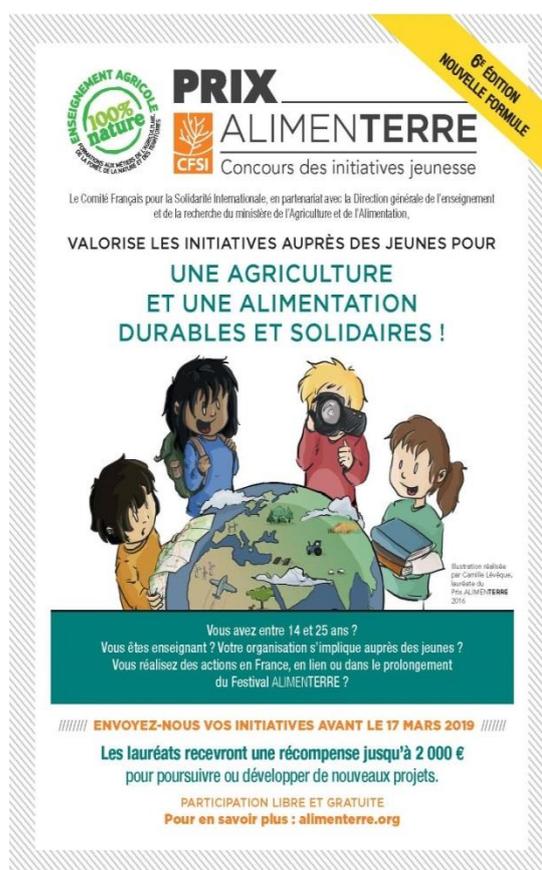
17 mars 2019 (avant minuit) : date limite de remise des candidatures ;

16 mai 2019 : remise des prix au Ministère de l'agriculture et de l'alimentation.

Récompenses

Financement de projet dans un but de valorisation, extension, reproduction de l'action : 1er prix : 2 000 euros ; 2ème prix 1 000 euros ; 3ème prix : 500 euros. Présentation des projets lauréats au Salon International de l'Agriculture sur le stand du ministère de l'agriculture et de l'alimentation. Valorisation des fiches de présentation de l'action sur le centre de ressources alimenterre.org

Pour plus de détails, se reporter au [règlement du Prix ALIMENTERRE 2018](#)



DES RESSOURCES TOUTE L'ANNEE



ALIMENTTERRE

Pour une agriculture et une alimentation durables et solidaires

Le site internet alimenterre.org sur les enjeux agricoles et alimentaires, collaboratif et interactif, fournit une information actualisée et accessibles à tous. Il comprend :

- une entrée festival à destination du grand public pour trouver un événement près de chez soi du 15 octobre au 30 novembre ;
- une entrée plateforme avec des ressources pédagogiques organisées autour de 10 grandes thématiques pour sensibiliser toute l'année ;
- un espace réservé aux organisateurs pour publier leurs événements, faire le bilan et proposer des articles, gérer les organisateurs et les événements sur leurs territoires, accéder au manuel d'utilisation du site internet pour se créer un compte.

Les ressources sont classées selon 10 grandes thématiques : agriculture durable, agrobusiness, alternatives de commercialisation, biodiversité, climat et énergie, commerce international, élevage, faim et nutrition, genre, impact des choix de consommation, politiques agricoles, transformation et filière.

LES OUTILS DE COMMUNICATION FESTIVAL

Voici les différents outils à votre disposition pour communiquer sur le festival de films :

	Objectif	Public visé	Date de mise à disposition	Nature de support	Commentaires
Site internet alimenterre.org onglet « Le festival »	Présenter le Festival ALIMENTERRE et relayer les différentes projections organisées	Grand public	Vous pouvez vous créer un compte organisateur dès à présent afin d'enregistrer vos séances et réaliser les bilans en fin de festival	Lien internet	Mode d'emploi disponible sur le drive ALIMENTERRE
Kit de communication ALIMENTERRE	Informersur une projection précise (date, lieu, heure, etc.)	Grand public	Après de votre pôle, en septembre	kit imprimé	A personnaliser (via photocopieuse ou repiquage chez un imprimeur/ reprographe)
Bande-annonce ALIMENTERRE du Festival	Présenter le Festival ALIMENTERRE	Internautas, cinémas, media locaux et régionaux, partenaires institutionnels	A partir du 15 septembre, puis téléchargeable sur alimenterre.org	Lien internet	Retrouvez également toutes les vidéos sur notre chaîne Viméo
Bande-annonce ALIMENTERRE de chacun des films	Présenter plus en détail l'un des films du Festival ALIMENTERRE	Internautas, cinémas, media locaux et régionaux, partenaires institutionnels	A partir du 15 septembre, puis téléchargeable sur alimenterre.org	Lien internet	Retrouvez également toutes les vidéos sur notre chaîne Viméo
Visuels ALIMENTERRE, Festival et films	Intégrer les visuels nécessaires dans vos propres outils de communication ou sites internet	Grand public	Envoyés mi-juillet, téléchargeables sur alimenterre.org et sur le drive ALIMENTERRE	Images jpg ou eps	
Plan de campagne sur les réseaux sociaux	Informersur largement sur les thématiques du festival et animer pendant toute la période autour des séances	Grand public, relais locaux bénévoles	A partir du 15 septembre	Fichier Excel avec des liens à poster	Disponible sur le drive ALIMENTERRE

Site de téléchargement des outils et visuels ALIMENTERRE 2018 (drive ALIMENTERRE) : https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1E_hx8BbJ5_OWRR_43COFv21iwIjCQYL

Le site internet facilite la diffusion d'information et la communication autour du Festival. Nous comptons sur vous pour le faire vivre et l'animer !

alimenterre.org

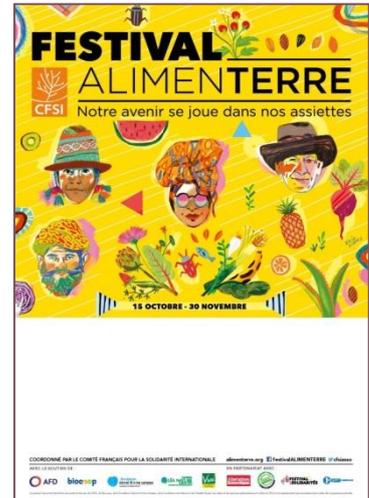
Vous trouverez un mode d'emploi illustré pour vous connecter et inscrire vos événements sur le drive ALIMENTERRE.

Kit de communication imprimé (disponible également en version digitale)

Le CFSI propose un « Kit communication » imprimé, estimé pour les besoins d'une séance. Ces outils sont disponibles chaque année auprès de votre pôle coordinateur à partir de la mi-septembre.

Il se compose de :

- **20 affiches:** visuel du Festival ALIMENTERRE en format A3 à personnaliser (bandeau blanc, modèle de repiquage du verso sous Word fourni sur le drive ALIMENTERRE) ;
- **100 programmes du Festival :** Présentation des films du Festival avec les synopsis des films, personnalisable ;



- **20 planches de 6 flyers du Festival :** Format A3, Planche de 6 flyers 10x21 cm. A personnaliser et à massicoter selon repères (modèle de repiquage du verso sous Word fourni sur le drive ALIMENTERRE) ;
- **20 dépliants ALIMENTERRE** personnalisables.



UN ACCOMPAGNEMENT SUR LES TERRITOIRES

Les coordinateurs **ALIMENTERRE** sur votre territoire proposent un accompagnement pour organiser les événements : information, formation, mise en réseau, échanges de pratiques, conseils pédagogiques, recherche d'intervenants. N'hésitez pas à les contacter.



Alsace-Lorraine
Gescod
Nancy
audrey.vicenzi@gescod.org

Champagne – Ardenne
Accir
Châlons-en-Champagne
accir@orange.fr



RADSI Nouvelle-Aquitaine
Bordeaux
campagnescitoyennes@radsi.org

Maison des Droits de l'Homme
Limoges
mdh.limoges@free.fr



Ain
ADM Bourg-en-Bresse
adm.bourg@gmail.com

Drôme Ardèche
Le Grain Drôme Ardèche
legrain.0726@gmail.com

Auvergne – Haute Loire
Anis Etoilé
Lempdes
celine.porcheron.ab@gmail.com

Savoie
Pays de Savoie Solidaire Chambéry
veronique.dasilva@paysdesavoiesolidaires.org



Côtes d'Armor
Resia
Saint Briec
resia@ritimo.org

Finistère
Cicodes
Quimper
cicodes@ritimo.org

Morbihan
Crisla
Lorient
crisla.lorient@ritimo.org



Bourgogne Franche-Comté
ReCiDev, Besançon
contact@recidev.org



Centraider
Vendôme
contact@centraider.org



Seine-Saint-Denis
Via le Monde
sivincnt@seinesaintdenis.fr

Autres départements d'IdF
Grand public
CFSI
infocdr@cfsi.asso.fr

Autres départements d'IDF
jeune public et étudiants
Starting-Block, Pantin
coordo@starting-block.org



Languedoc Roussillon
Lafi-Bala
Castelnau-le-nez
lafibala@lafibala.org

Midi-Pyrénées
Crosi-Occitanie
Toulouse
charge.mission.1@crosi.org



Hauts de France
Cap Solidarités, Lille
capsolidarites@capsolidarites.asso.fr



Normandie
Horizons Solidaires, Caen
contact@horizons-solidaires.org



Pays de la Loire
Guinée 44
Nantes
aurelie.cauwelier@guinee44.org



Alpes de Haute Provence
Collectif ALIMENTERRE
Digne
isabelle.teruel@yahoo.fr

Hautes Alpes
E'changeons le monde,
Gap
education.elm@free.fr

Var
RTM,
Draguignan
rtm@ritimo.org



La Réunion
Terra habilis O.I., Saint Pierre
terra.habilis.oi@gmail.com

Martinique
Collectif ALIMENTERRE
collectifalimenterremartinique@gmail.com

Afrique de l'ouest

Bénin
Crédi-ONG
damien.martin@credi-ong.org

Togo
Oadel
oadeltogo@yahoo.fr

En Belgique, SOS FAIM coordonne sa propre programmation : maryse.williquet@sosfaim.org
Pour organiser ALIMENTERRE à l'étranger ou dans des territoires sans coordinateurs, vous pouvez contacter le CFSI : infocdr@cfsi.asso.fr.

Si un département ne dispose pas de pôles ou si vous souhaitez organiser un évènement à l'étranger, consultez le site Web du Festival, qui tient les informations à jour : <http://www.alimenterre.org/le-reseau-alimenterre>

PARTENAIRES ET TETES DE RESEAUX NATIONAUX

ALIMENTERRE est possible grâce à la mobilisation de nombreux partenaires et têtes de réseaux nationaux de l'enseignement, la recherche, la solidarité internationale, l'agriculture et l'alimentation, l'environnement, la santé, les syndicats. Ces structures participent à la communication autour de l'évènement, la mobilisation de leurs réseaux sur un évènement (co-organisation d'évènements, interventions dans les débats, organisation d'un goûter ou d'un pot, etc.), l'élaboration des outils pédagogiques, la sélection des films, etc. N'hésitez pas à les contacter pour leur proposer de participer aux débats.

ActionAid France Peuples Solidaires



ActionAid est une fédération de groupes locaux et de membres individuels qui agit pour les droits et contre la pauvreté dans le monde à travers quatre priorités stratégiques : défendre la souveraineté alimentaire, soutenir la dignité au travail, agir pour les droits des femmes, faire progresser la responsabilité sociale des entreprises.

ADESAF (Association pour le Développement Economique et Social en Afrique)



Membre du CFSI, Adesaf soutient le développement économique et social de l'Afrique en contribuant à la formation professionnelle et à la création d'emplois par l'implantation d'activités solidaires génératrices de revenus pour les bénéficiaires.

Agrisud International



Membre du CFSI, Agrisud International favorise la remise en économie par la création de très petites entreprises (TPE) familiales, en particulier dans le secteur agricole.

Alternatives économiques



Alternatives Economiques s'intéresse à l'économie comme enjeu collectif et social, à travers des thématiques variées : Europe, mondialisation, travail, emploi, santé, retraites, famille, transports, solidarité, éducation, cadre de vie, environnement... Son ambition : concilier solidité de l'information et facilité de lecture, rigueur de la revue et agrément du magazine.

Animafac



Le réseau des associations étudiantes

Animafac est une association nationale qui accompagne les étudiantes et les étudiants dans la réalisation de leurs projets associatifs, promeut l'engagement dans l'enseignement supérieur et permet la rencontre entre de nombreux acteurs du changement. Elle (co)organise des séances du festival, participe à la réunion annuelle de bilan et programmation (mi-mars 2019), fait connaître au sein de son réseau le concours d'initiatives ALIMENTERRE.

ATTAC <https://france.attac.org/attac/comites-locaux/>



Fondée en 1998, Attac (Association pour la taxation des transactions financières et pour l'action citoyenne) est une association qui milite pour la justice sociale et environnementale, et conteste le pouvoir pris par la finance sur les peuples et la nature.

AVSF : Agronomes vétérinaires sans frontières <https://www.avsf.org/fr/reseau>



Avec l'agriculture paysanne défendue par AVSF, des familles ne souffrent plus de la faim, des paysans vivent de leur terre et de leurs troupeaux, des communautés préservent l'environnement, des organisations nourrissent les peuples et défendent leurs droits. AVSF les aide à défendre leurs droits et mieux faire reconnaître leur rôle dans la société. AVSF relaye l'appel à participation du festival sur son site internet ou dans une publication interne. (Mi-mai), (co)organise des séances du festival, participe à la réunion annuelle de bilan et programmation (mi-mars 2019), communique durant l'évènement festival, contribue à l'élaboration d'animations/jeux pédagogiques autour des films.

Bio Consom'acteurs



Bio Consom'acteurs informe, sensibilise et mobilise les consommateurs sur l'importance de leurs choix de consommation en faisant la promotion d'une agriculture bio, locale, de saison et équitable. Elle dispose de supports pédagogiques utiles pour l'organisation de séances.

Biocoop



Biocoop rassemble 431 magasins bio en France et contribue à la communication du festival dans 431 magasins en France.

CIWF (Compassion in World Farming) <https://www.ciwf.fr/nous-connaitre/>



Le CIWF est une ONG internationale créée il y a plus de 50 ans pour mettre fin à l'élevage industriel et promouvoir des élevages plus respectueux des animaux, des êtres humains et de la nature. Elle propose des intervenants qui pourront participer aux débats organisés communique durant l'évènement festival et participe à la relecture de fiches thématiques.

Confédération Paysanne



La Confédération Paysanne est depuis 1987, un acteur majeur du syndicalisme agricole français qui porte des valeurs de solidarité et de partage et défend l'agriculture paysanne.

Etudiants et Développement (E&D) www.etudiantsetdeveloppement.org.



E&D est une association créée en 1993 qui a pour mission d'accompagner, former et valoriser les associations jeunes porteuses de projets de solidarité internationale (SI) et d'éducation à la citoyenneté et à la solidarité internationale (ECSI). E&D, c'est un réseau porté par les jeunes et pour les jeunes qui met à la disposition de ses membres des événements et cadres de formations, de rencontres et d'échanges de pratiques, des temps d'accompagnement et de suivi de leurs projets, en se basant sur les techniques de l'animation et de l'éducation populaire, ou encore un centre de ressources (guides méthodologiques, fiches pratiques, jeux, expositions, contacts associatifs...) sur les thématiques liées à leurs missions. Elle relaye l'appel à participation du festival sur son site internet ou dans une publication interne. (Mi-mai), E&D communique durant l'évènement festival sur son site internet.

France Nature Environnement (FNE) <http://fne-idf.fr/qui-sommes-nous-1/nous-trouver/le-reseau-francilien>



La FNE est la Fédération française des associations de protection de la nature et de l'environnement. Elle est la porte-parole d'un mouvement de 3 500 associations, regroupées au sein de 80 organisations adhérentes, présentes sur tout le territoire français, en métropole et outre-mer. Sur chaque thématique environnementale, une équipe nationale, composée de bénévoles et salariés, coordonne un réseau de militants venus des associations de France Nature Environnement. Cette organisation en réseaux et missions permet de mobiliser au mieux les compétences bénévoles du mouvement.

Génération Futures



Génération Futures est une association de défense de l'environnement. Elle mène des actions pour informer sur les risques de diverses pollutions (les substances chimiques en général et les pesticides en particulier) et promouvoir des alternatives à ces produits menaçant la santé et l'environnement.

ISF (Ingénieur sans frontière)



ISF est une fédération composée d'une trentaine d'associations, implantées dans 60 écoles d'ingénieurs qui s'organisent en groupes thématiques : accès à l'eau et assainissement, développement agricole et souveraineté alimentaire, accès à l'énergie et sobriété énergétique, industries extractives, formation citoyenne des ingénieurs.

La FADEAR



La FADEAR est la Fédération des associations pour le développement de l'emploi agricole et rural, qui comprend des paysans et autres acteurs ruraux réunis par l'envie de partager leur savoir-faire et expérience autour de l'agriculture paysanne.

La Fédération Artisans du Monde



Membre du CFSI, la FADM est un réseau associatif et militant qui défend une vision engagée du commerce équitable. Parmi ses missions : vendre, informer, sensibiliser et faire pression.

Le CNEAP



Le CNEAP est un réseau d'établissements d'enseignement agricole privés et de centres de formation vers les métiers de la nature et du vivant. L'enseignement agricole est très mobilisé grâce à l'implication de la Direction Générale de l'enseignement et de la recherche (DGER) du ministère de l'agriculture et de l'alimentation, ses directions régionales (DRAAF) ; ses réseaux d'éducation à la citoyenneté et à la solidarité internationale (RED), alimentation et éducation socio-culturelle, le Conseil National de l'enseignement agricole privé (CNEAP), l'Union nationale des maisons familiales rurales (UNMFREO) et l'Institut d'éducation à l'agroenvironnement SupAgroFlorac. Une circulaire nationale invite chaque année les

établissements à participer au Prix et au festival. Les enseignants se servent de l'outil **ALIMENTERRE** dans toutes les matières, mettent en œuvre des actions plus larges au sein de l'établissement. Le Prix **ALIMENTERRE** représente souvent l'aboutissement d'une année de travail pour les étudiants.

Le Festival des Solidarités



Regroupe 7 000 événements autour de la solidarité internationale organisés dans 500 villes de France du 16 novembre au 2 décembre 2018. Membre du comité de pilotage national du Festival des Solidarités, le CFSI participe à la définition de ses orientations.

L'enseignement agricole



L'enseignement agricole est mobilisé grâce à l'implication de la Direction générale de l'enseignement et de la recherche (DGER) du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, ses directions régionales (DRAAF) ; ses réseaux d'Éducation à la citoyenneté et à la solidarité internationale (RED), alimentation et éducation socio-culturelle, le Conseil national de l'enseignement agricole privé (CNEAP), l'Union nationale des maisons familiales rurales (UNMFREO) et l'Institut d'éducation à l'agroenvironnement SupAgroFlorac.

Une circulaire nationale invite chaque année les établissements à participer au Prix et au Festival. Les enseignants se servent de l'outil **ALIMENTERRE** dans toutes les matières, mettent en œuvre des actions plus larges au sein de l'établissement. Le Prix **ALIMENTERRE** représente souvent l'aboutissement d'une année de travail pour les étudiants.

Les MFR



Une Maison familiale rurale (MFR) est une association dont l'objectif est la formation et l'éducation des jeunes et des adultes, ainsi que leur insertion sociale et professionnelle. La caractéristique principale des MFR est d'être à la fois un mouvement associatif familial ancré dans les territoires et à la fois un mouvement éducatif. De nombreuses MFR participent au Festival **ALIMENTERRE**.

MIRAMAP



Le MIRAMAP est le mouvement Inter-Régional des AMAP, Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne ayant pour objectif de préserver l'existence et la continuité des fermes de proximité dans une logique d'agriculture durable, c'est-à-dire une agriculture paysanne, socialement équitable et écologiquement saine.

Pour une autre Pac <https://pouruneautrepac.eu/members-of-pac>



Pour une autre PAC est une plateforme française inter-organisations constituant un espace commun de réflexion et d'action en vue de la réforme de la Politique agricole commune. Elle propose des intervenants qui pourront participer aux débats organisés dans le cadre du festival. **ALIMENTERRE**, elle participe à la réunion annuelle de bilan et programmation (mi-mars 2019).

Réseau Semences Paysannes <https://www.semencespaysannes.org/les-semences-paysannes/membres-du-reseau.html>



Le Réseau Semences Paysannes est un réseau constitué par plus de 70 organisations, toutes impliquées dans des initiatives de promotion et de défense de la biodiversité cultivée et des savoir-faire associés. Outre la coordination et la consolidation des initiatives locales, le Réseau Semences Paysannes travaille à la promotion de modes de gestion collectifs et de protection des semences paysannes, ainsi qu'à la reconnaissance scientifique et juridique des pratiques paysannes de production et d'échange de semences et de plants. Il propose des intervenants qui pourront participer aux débats organisés dans le cadre du festival **ALIMENTERRE** et communique durant l'évènement festival.

RESOLIS



Resolis s'est donné pour mission la recherche, l'évaluation et la valorisation des pratiques de terrain, afin de contribuer au progrès social pour le partage des savoirs de terrain. Elle dispose d'un observatoire qui recense près de 546 initiatives locales d'alimentation responsable et durable.

RITIMO <https://www.ritimo.org/Ou-nous-trouverRitimo>



Ritimo est un réseau d'information et de documentation sur la solidarité internationale et le développement durable. Son mode d'action privilégié est la collecte, la sélection et la diffusion d'une information critique, plurielle et diversifiée, privilégiant l'expression des citoyens, des associations et des mouvements sociaux de tous les continents. Il relaye l'appel à participation du festival sur son site internet ou dans une publication interne. (Mi-mai), (co)organise des séances du festival, participe à la réunion annuelle de bilan et programmation (mi-mars 2019), participe à la sélection de films 2019 (février-mars 2019), communique durant l'évènement festival et contribue à l'élaboration d'animations/jeux pédagogiques autour des films.

Sol



Membre du CFSI, Sol est une ONG de solidarité internationale, qui fait la promotion de l'accès à une agriculture paysanne et la protection des ressources naturelles et de la biodiversité.

STARTING BLOCK



Starting Block est une association de jeunes adultes engagés, créée en 1998. Pour construire un monde juste, inclusif et solidaire, elle mène des actions d'Education à la Citoyenneté et à la Solidarité. Starting-Block peut donc vous outiller avec des méthodes de débat participatif, vous proposer des formations ou vous appuyer pour la construction d'une animation !

Syndicat national de l'enseignement technique agricole public <https://www.snetap-fsu.fr/>



Le SNETAP-FSU est le 1er syndicat représentatif de l'Enseignement Agricole public. Il regroupe toutes les catégories de personnels travaillant dans l'Enseignement Agricole. Au sein du SNETAP, un collectif Vie Internationale regroupe des enseignant.es et personnels intéressé.es ou impliqué.es dans des projets de solidarité internationale dans leurs établissements. Il relaye l'appel à participation du festival sur son site internet ou dans une publication interne. (Mi-mai), participe à la réunion annuelle de bilan et programmation (mi-mars 2019), participe à la sélection de films 2019 (février-mars 2019), communique durant l'évènement, fait connaître au sein de son réseau le concours de film ALIMENTERRE.

Terre & Humanisme <https://terre-humanisme.org/association/animateurs>



Créée en 1994 par Pierre Rabhi, Terre & Humanisme travaille à la transmission de l'agroécologie pour accompagner le changement de pratiques agricoles et de paradigme sociétal vers une alternative éthique au service de la vie, de l'autonomie alimentaire des populations et de la sauvegarde de la terre nourricière. Elle relaye l'appel à participation du festival sur son site internet ou dans une publication interne (mi-mai), (co)organise des séances du festival, propose des intervenants qui pourront participer aux débats organisés dans le cadre du festival ALIMENTERRE.

Univers Sel



Membre du CFSI, Univers Sel est une association de solidarité internationale dont la plupart des membres sont issus du métier de paludier (producteurs du sel artisanal de Guérande). L'association contribue à développer une agriculture durable dans les zones humides, et principalement dans les mangroves d'Afrique de l'Ouest.

PARTENAIRES FINANCIERS

ALIMENTERRE est possible grâce au soutien de nos partenaires au niveau national.



En plus de ces partenaires financiers, il faut compter le soutien de nombreux partenaires en régions, notamment les collectivités locales qui soutiennent financièrement le Festival ALIMENTERRE.

ANNEXES

ALIMENTERRE 18 ans de mobilisation !

Le Festival ALIMENTERRE fête ses 11 ans en 2018. 11 ans d'information, de sensibilisation et de mobilisation du public pour dénoncer un système économique et une inertie politique qui entretiennent la sous-alimentation d'une personne sur 7 dans le monde.

2000-2004 : Campagnes de sensibilisation pour un « Accès à l'alimentation partout et pour tous »

Mettant l'accent sur le respect du Droit à l'alimentation, ces campagnes sensibilisent le grand public et les scolaires au travers d'un éventail d'activités éducatives et événementielles. C'est la grande période des marchés alimentaires et solidaires, avec la tenue de stands présentant les cuisines du monde. L'équipe du CFSI se mobilise fortement sur l'organisation d'un événement de deux jours, sur le parvis de la Mairie de Paris, puis à la Cité des sciences et de l'Industrie (jusqu'en 2006).

Les organisations membres du CFSI et des organisations partenaires y tiennent des stands, présentant leurs projets.



2005-2007 : Campagnes de pétition pour la promotion de l'agriculture familiale et le respect de la souveraineté alimentaire



Dès 2005, ALIMENTERRE ajoute un volet politique à son action. Les activités de sensibilisation du public et de plaidoyer auprès des décideurs politiques se rapprochent pour alerter sur la faim, dénoncer l'impact de politiques inéquitables (règles de l'OMC, PAC, APE) et mobiliser le public sur des revendications concrètes. Le CFSI se désengage peu à peu de l'événementiel pour se consacrer davantage à l'appui et au renforcement du réseau ALIMENTERRE.

Fin 2007 intervient une évaluation externe d'ALIMENTERRE. Elle souligne l'intérêt des pôles et relais à participer à une campagne nationale, à forte valeur ajoutée. Si les campagnes de pétition (qui rassemblent en moyenne 25 000 signatures) fournissent une accroche pour interpeller le public, elles n'aboutissent pas à des changements concrets faciles à valoriser. L'évaluation recommande de faire cheminer en parallèle les activités de sensibilisation du public et de plaidoyer et de renforcer l'identité collective de la campagne, en capitalisant davantage sur l'assiette ALIMENTERRE.

2008-2016 : Campagnes pour la promotion d'une agriculture familiale durable



A partir de 2008, ALIMENTERRE reprend un caractère générique. L'alimentation, plutôt que l'agriculture, est le point d'accroche privilégié. Le réseau ALIMENTERRE est renforcé par un retour de l'identité visuelle (l'assiette) et la création d'un événement national, le festival de films, qui donne plus de visibilité à la campagne ALIMENTERRE.

La campagne conserve sa force, celle d'une campagne nationale au service d'une cause, portée par une grande diversité d'organisations et déclinée de façon décentralisée au travers d'un large programme d'activités. Si la faim est loin d'être résolue, la nécessité de soutenir une agriculture familiale viable et durable a largement progressé dans l'opinion publique. Depuis quelques années, le principe de souveraineté alimentaire est même invoqué dans les discours de nos dirigeants.

2017-2018 : Campagnes pour une alimentation durable et solidaire

Avec l'appui du F3E, le CFSI a formulé collectivement avec les coordinateurs d'ALIMENTERRE en région, une vision du réseau d'ici 2025 et un cadre stratégique pour la période 2017-2022.

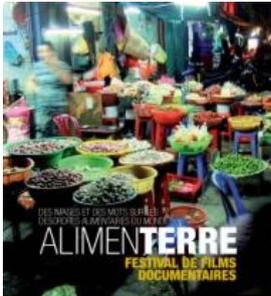
Les messages d'ALIMENTERRE ont été actualisés en prenant en compte l'évolution des enjeux : relier clairement les enjeux agricoles et alimentaires français aux problématiques mondiales, partir du consommateur pour l'amener à se poser des questions sur l'impact de son alimentation et découvrir la possibilité d'agir en tant que citoyen pour permettre l'accès de tous et partout à une alimentation de qualité. Le Festival ALIMENTERRE est aujourd'hui la vitrine d'actions menées toute l'année par le réseau ALIMENTERRE.

En 2018, l'aventure continue. Nous comptons sur vous !

FESTIVAL ALIMENTERRE, 11 ANS !

Si l'on regarde le chemin parcouru depuis 2007, l'événement est en progression constante. Cette dynamique est fortement portée par la croissance du nombre de séances organisées par le réseau. Le Festival a permis une remobilisation du réseau associatif ALIMENTERRE et s'est ouvert à l'international.

2014



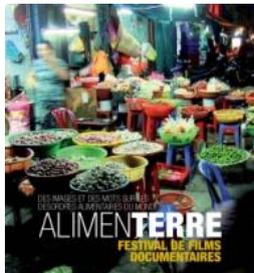
Année internationale de l'agriculture familiale ;
6 films documentaires sélectionnés ;
Près de 1 300 séances ;
14 pays, sur 3 continents. En France, 21 régions métropolitaines et une région d'outre-mer sont touchées ;
Plus de 900 structures organisatrices ;
Plus de 71 000 spectateurs ;
13 pays autres que la France : Allemagne, Belgique, Italie, Pologne, République Tchèque, Canada, Bénin, Burkina-Faso, Madagascar, Maroc, Sénégal, Togo et l'Union des Comores.

2015



1 thème : Risque climatique et défi alimentaire
7 films documentaires sélectionnés ;
Au total 1 176 séances ;
10 pays : France, Belgique, Bénin, Canada, Madagascar, Maroc, République tchèque, Sénégal, Togo et Union des Comores ;
En France : 420 communes et 900 acteurs mobilisés ;
55 700 spectateurs dont 47 700 en France ; 1 000 intervenants.

2016



1 thème : Des solutions pour nourrir la planète
8 films documentaires sélectionnés ;
Au total 1 400 séances ;
13 pays : France, Belgique, Bénin, Burkina Faso, Canada, Congo RDC, Côte d'Ivoire, Madagascar, Maroc, République tchèque, Sénégal, Togo et Union des Comores ;
En France : 420 communes et 900 acteurs mobilisés ;
65 000 spectateurs dont 83% en France ;
1 000 intervenants.

2017



Thèmes : agroécologie, circuits courts, commerce équitable, insectes, nourriture de demain, accaparement des terres, agriculture urbaine, libre-échange, OGM, pesticides, relocalisation de l'alimentation, santé des travailleurs dans les bananeraies ;
8 films documentaires sélectionnés ;
Au total 1 580 séances ;
14 pays : France, Belgique, Bénin, Burkina Faso, Canada, Chypre, Côte d'Ivoire, Ile Maurice, Mali, Maroc, Mauritanie, Suisse, Togo, Tunisie ;
En France : 600 communes ; 66 440 spectateurs ; 1 000 intervenants.

Suggestion de déroulement de séance

Cette suggestion de déroulement de séance sert de « pense-bête », en particulier pour des organisateurs qui participent pour la première fois au Festival.

- **Entrée des spectateurs**
- **A la billetterie ou à l'entrée**
Distribution d'un programme et d'un Alternatives Économiques en même temps que les billets.
- **Introduction de la séance dans la salle de projection**
Diffusion de la bande-annonce générale du festival (ou juste avant la projection).
- **Introduction par l'animateur**

Présentation du contexte

Alors que de plus en plus de citoyens prennent conscience des dérives du système alimentaire mondialisé, de nombreux constats résonnent encore cette année : famines qui sévissent notamment en Afrique de l'Est, déclin alarmant de la biodiversité, engagements sur le climat qui reculent, scandales sanitaires qui se répètent, agriculteurs et éleveurs en difficulté, concentration du secteur agro-alimentaire et tentation du repli sur soi face à une mondialisation qui ne répond pas à ses promesses. De plus en plus d'acteurs s'engagent pour une alimentation durable et solidaire et pour le droit à l'alimentation. En septembre 2019, la déclaration des Nations unies pour le droit des paysans pourrait être adoptée lors de son Assemblée Générale. La société civile s'organise également pour une autre Politique agricole commune (PAC) et prévoit les premières journées européennes d'action du mouvement "Good Food, Good Farming" le 27 et 28 octobre 2018. L'observatoire sur l'alimentation durable animé par Resolis, qui recense aujourd'hui près de 600 initiatives locales, est source d'inspiration pour les acteurs de la transition alimentaire.

Le Prix ALIMENTERRE est un concours de films courts ouvert aux jeunes âgés de 14 à 25 ans. Il est conçu en partenariat par le CFSI, la Direction générale de l'enseignement et de la recherche (DGER) du Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt (MAAF) afin d'offrir un outil de mobilisation et de sensibilisation du public jeune sur les questions agricoles et alimentaires.

Le festival ALIMENTERRE grandit chaque année. En 2017, plus de 900 organisations locales ont organisé 1 580 séances dans 600 communes en France, 14 pays et 3 continents. Plus de 66 440 spectateurs.

Pour en savoir plus : <http://www.festival-alimenterre.org>

Présentation de votre structure et du CFSI

{Nom de votre structure} que je représente, s'est associée au Comité Français pour la Solidarité Internationale (CFSI), coordinateur national de ce festival, pour vous proposer cette soirée.

{Nom de votre structure}, c'est ...

Le CFSI est une plateforme associative qui regroupe des organisations engagées dans la solidarité internationale. Elles se mobilisent autour de deux thématiques majeures : les enjeux agricoles et alimentaires, le renforcement des sociétés civiles. Concrètement, le CFSI soutient des initiatives menées par ses membres ou partenaires à l'international. Il agit en France avec une action de plaidoyer en direction des décideurs politiques et avec des actions d'information et de sensibilisation en direction du grand public, dont ce festival.

Présentation générale de la soirée

Tout de suite après la projection du film, nous lancerons le débat en présence de nos {nombre} intervenants de ce soir. Il me reste à vous souhaiter une bonne projection et une très bonne soirée.

1. Projection du film

Pour limiter le risque de mauvaises surprises, la copie du film doit avoir été testée en conditions réelles avant la séance. Le DVD est un support fragile. Lors des séances grand public, l'idéal est d'avoir une copie de secours. Si vous avez téléchargé le film, assurez-vous que le téléchargement a bien fonctionné. Attention à vérifier au préalable la synchronisation avec le projectionniste (projection de la bande annonce, rallumage des lumières, introduction par l'animateur, lancement de la projection, rallumage de la salle etc.).

2. Le débat

Voir la fiche suivante sur l'animation de débat. Le CFSI souhaite également élargir le répertoire des intervenants potentiels. Merci de nous envoyer les noms, missions et coordonnées électroniques de vos intervenants pertinents.

3. Bilan de la séance et relevé de phrases choc

Comme les années précédentes, nous souhaitons continuer l'expérience du relevé des phrases chocs, issues des débats. Ces phrases sont ensuite réutilisées dans les comptes rendus ou la communication du festival. Un bénévole est chargé du relevé des « phrases-choc ». Il s'agit de la citation exacte d'un propos d'un intervenant ou d'une personne du public. Pour permettre leur utilisation, ces phrases sont à faire valider dès la fin de la séance auprès des personnes concernées. Il faudra saisir le bilan de la séance sur le site d'ALIMENTERRE dès le lendemain de la séance. Ces phrases peuvent aussi être intégrées dans des tweet où vous utiliserez le hastag #ALIMENTERRE.

4. Micro-trottoir, photos et petites vidéos

Nous souhaitons vivement cette année récupérer davantage de retours visuels et animés. Pour cela, différentes options sont possibles. Micro-trottoir pour recueillir l'avis de spectateurs après les séances, photos, mini-interviews d'intervenants... L'identification dans votre réseau d'un ou deux bénévoles dédiés, à l'aise sur la réalisation de ce type d'outils, est la principale condition de réussite.

5. Fin de la séance

C'est l'occasion de rappeler les séances qui suivent (distribution de flyers et/ou programme festival), de proposer des documents pour aller plus loin (centre de ressources en ligne ALIMENTERRE www.alimenterre.org, table de documentation avec le dossier d'Alternatives Économiques, pétitions ou prospectus concernant des solutions locales (AMAP, etc.). Les expériences de buffet équitable ou soupe paysanne suivant la projection fonctionnent en général très bien et permettent une poursuite du débat jusque sur le trottoir.

L'animation de débats

A deux reprises, en 2008 et 2009, le CFSI a sollicité l'intervention d'une sociologue lors de la formation nationale du réseau, afin d'apporter des éléments en matière d'animation de débats. Des échanges et des restitutions d'expérience très riches avaient eu lieu entre les pôles ALIMENTERRE. Cette fiche jointe synthétise donc les différents enseignements sur le rôle de l'animateur et la préparation des débats.

La place et le rôle de l'animateur-trice.

- ni expert, ni militant, il ou elle doit adopter une posture de distanciation en regard du contenu des échanges et de ses propres préjugés et partis-pris ;

- il/elle assume un rôle de facilitation dans la mise en place du débat. Il est directif sur la forme mais pas sur le fond ;
- il/elle affiche une bienveillance sans complaisance à l'égard des intervenants et du public (respect de la parole et de leur capacité à s'exprimer) ;
- il/elle est responsable de l'atmosphère du débat. S'il vient en aide à un intervenant en difficulté, (relance, reformulation), il « sauve » le débat ;
- pour se concentrer sur son rôle, il/elle doit être totalement déchargé des autres préoccupations (technique, logistique...)
- appartenant à la structure organisatrice, il/elle introduira plus facilement la manifestation et sa propre structure ;
- à l'inverse, le recrutement d'un animateur extérieur (comme un journaliste) donne plus de « cachet » mais nécessite un « briefing » en amont et une introduction assurée par l'organisateur.

La préparation du débat

Phase fondamentale, elle conditionne la réussite du débat.

Les intervenants et le thème

- l'animateur-trice doit connaître les intervenants (quels sont leurs travaux, publications, quels positions et arguments ?) ;
- il/elle échange avec eux (les grandes lignes de leur intervention, les règles du jeu du débat, leur présentation dans les outils de communication) lors d'une discussion informelle, un échange écrit, ou une rencontre collective (ou non) avant la séance ;
- l'intervenant(e) décide lui-même s'il souhaite voir le film au préalable. Les réalisateurs n'assisteront pas à la projection de leurs propres films qu'ils connaissent déjà par cœur. La projection est alors l'occasion d'un temps avec eux ;
- l'animateur doit avoir en tête quelques questions fondamentales à aborder, en lien avec le film et les thèmes de la campagne.

L'organisation logistique

- La salle doit être dotée au minimum de deux micros (un pour le public, un pour la scène) et de tout l'équipement nécessaire à la projection de films ;
- Plusieurs options d'organisation : des intervenants assis autour d'une table sur une estrade ou non (confort, débat sérieux et formel mais plus de distance avec la salle) des intervenants debout, adossés ou assis sur l'estrade (débat moins formel, ambiance plus décontractée) ou encore assis, sans table ou avec une table basse ;
- L'animateur ne doit pas être collé ni au public ni aux intervenants. Il doit pouvoir prendre du recul, de la distance ;
- Il connaît la salle et le matériel qu'il va manipuler, ce qui le sécurisera ;
- La durée moyenne des débats est comprise entre 1h et 1h30. La réservation de la salle doit être prévue en conséquence sous peine de frustrer le public.

Le déroulement du débat

En début de séance, l'animateur invite les intervenants à le rejoindre sur l'estrade. Les intervenants peuvent être choisis parmi la liste des partenaires nationaux **ALIMENTERRE**.

Deux options :

- les intervenants ont 3 minutes chacun pour se présenter et présenter leurs impressions sur le film ;
- ou l'animateur présente les intervenants en quelques mots puis donne la parole à la salle.

- Les exposés d'intervenants sont déconseillés (manque de dynamisme, public inactif) ;
- l'animateur donne une série de consignes établissant les règles : organisation de la soirée, temps de parole, questions du public et thème du débat ;
- Il peut lancer sous forme de clin d'œil : « N'oubliez pas de rallumer vos portables en sortant de cette salle... » ;
- Pour lancer le débat avec une salle peu réactive : faire une note d'humour, faire appel à un complice pour poser la première question, poser soi-même (l'animateur) la première question ;
- L'animateur est à l'écoute du public pour ne pas brider le débat. Il laisse les sujets s'enchaîner librement, tout en gardant la possibilité d'ouvrir le débat sur un autre thème encore non traité ;
- Il/elle relance le débat par des questions préparées à l'avance ou des reformulations, il effectue des synthèses intermédiaires ou de transition ;
- Sous peine de perdre sa crédibilité vis-à-vis du public, l'animateur ne doit pas hésiter à couper un intervenant pour lui demander d'être plus synthétique ou à reformuler une intervention peu claire ;
- Il n'hésite pas à reprendre un intervenant s'il ne parle pas distinctement (devoir tendre l'oreille pour écouter un intervenant est très pénible pour les spectateurs) ;
- Pour éviter les allers-retours, surtout avec un public nombreux, grouper les questions 3 par 3 avant de donner aux intervenants le soin d'y répondre est une bonne solution (prévoir dans ce cas papier et crayon pour animateur et intervenants) ;
- L'animateur n'hésite pas à couper un spectateur hors sujet ou monopolisant la parole, en relançant sur une question précise. C'est le rôle que la salle attend de lui, et ce d'autant plus que les règles du débat ont été posées en amont ;
- En fin de débat, l'animateur indique que le temps imparti est écoulé. Il propose une synthèse/conclusion de ce qui a été dit. Il peut aussi demander à chacun des intervenants leur « mot de la fin » ou message clé.

Quelques clés pratiques

L'animateur pratique l'écoute active. Ce faisant, il questionne et reformule :

- Le questionnement : par des questions ouvertes (« Comment se présente selon vous... ? », « Que diriez-vous de... ») ou des questions fermées « Êtes-vous en accord avec ? », « La proposition xxx est-elle pertinente ? » ;
- La reformulation : en reflet, en reprenant le dernier mot d'un intervenant (« Inopportun, c'est-à-dire ? ») ; en faisant un résumé de ce qui a été entendu (« Si j'ai bien compris, il vous semble que... »), en relance pour clarifier ou aller plus loin (« C'est-à-dire ? »).
- Comment recentrer le débat ? Par une reformulation synthèse intermédiaire, par une question de relance ;
- Comment aider à approfondir les arguments ? Par une question de relance fermée « pouvez-vous nous en dire un peu plus ? », « que signifie... ? » ;
- Comment « basculer » du pôle intervenant au « pôle public » ? Par une question à l'adresse du public ;
- Comment s'assurer de la compréhension du public ? En lui posant la question clairement : y a-t-il des incompréhensions ? Des désaccords ?

Le cas du public scolaire

- Une séance préparée en amont avec l'enseignant et poursuivie ensuite par un travail sur le thème diminuera la passivité des élèves ;
- Pour stimuler la prise de parole des élèves, quelques idées alternatives à la main levée : La boîte à question (les élèves écrivent leurs questions sur des bouts de papier, rassemblés dans une boîte, les questions posées sont tirées au sort) ; les groupes de discussion (la classe est répartie en groupes représentés par des rapporteurs qui restituent les idées devant la classe) ;
- Le rassemblement de plusieurs classes pour une séance peut brider encore plus le débat (peur d'être ridicule). Un porte-parole par classe peut être désigné avec des questions qui auront été préparées en amont de la séance.

Communiquer avec les medias

Avant le lancement de la campagne

Annoncez le lancement de la campagne et les actions que vous allez entreprendre en informant les médias et vos partenaires associatifs et institutionnels de votre programme.

Le communiqué de presse a plusieurs fonctions :

- positionner les messages d'ALIMENTERRE ;
#DroitAlimentation #AlimentationDurable #DémocratieAlimentaire ;
- informer les médias régionaux du festival ALIMENTERRE et de vos actions ;
- donner du contenu à vos partenaires (associations, mairies, maisons de quartiers, écoles...) à relayer sur leurs propres supports de communication et leurs réseaux sociaux.

Le communiqué de presse

Quelques sites utiles pour rédiger un bon communiqué de presse :

www.24presse.com/redaction_communique_de_presse.php
www.beeotop.org/tout-sur-la-redaction-dun-communique-de-presse/
www.univ-montp3.fr/infocom/wp-content/REC-R%C3%A9diger-et-mettre-en-forme-un-communiqu%C3%A9-de-presse.pdf

Envoyez vos communiqués dans le corps du message de votre mail

Plus besoin de fichiers attachés ! Les journalistes préfèrent trier les informations qui les intéressent directement à partir de leurs mails.

L'objet du mail doit être clair et court (60 caractères maximum).

Privilégiez les témoignages de terrain, donnez de la vie à votre communiqué

N'hésitez pas à faire le portrait d'une personnalité ou d'un bénévole de votre région qui a choisi de s'investir dans l'organisation de la Campagne. Ses motivations, ses réussites ou difficultés rencontrées...

Illustrez en joignant des photos, des illustrations, des infographies (300 dpi)

Concernant les thématiques de la campagne sur lesquels vous pourriez être interrogés, vous avez à votre disposition de nombreuses ressources dans les fiches pédagogiques des films ainsi que sur alimenterre.org. Un plan de communication sur les réseaux sociaux est également disponible [ici](#).

Si les journalistes demandent le nom d'un expert sur un sujet précis, pensez à faire appel aux intervenants du festival ALIMENTERRE.

Constituer un fichier presse

Conservez dans un fichier la liste et l'historique des échanges avec les médias susceptibles de relayer vos informations : presse hebdomadaire et quotidienne régionale, magazines et bulletins municipaux, radios et télévisions locales ou nationales disposant d'un décrochage local, presse spécialisée, mais également sites Internet d'information locale ou spécialisée (sans oublier les sites, blogs et forums de vos partenaires). Ce fichier doit être mis à jour régulièrement. Il permet de nouer des liens sur le long terme avec certains journalistes.

Quelques règles pour l'envoi d'un communiqué

- Evitez les envois de masse, il vaut mieux cibler en personnalisant les mails et en gardant à l'esprit ce principe : « une information à communiquer, une cible à toucher, un média à utiliser » ;
- Tenez compte des délais de bouclage et imposez-vous un planning pour votre communication.
- un communiqué envoyé tôt le matin a plus de chances de retenir l'attention que s'il est envoyé en fin d'après-midi. Après avoir envoyé votre communiqué de presse, passez un coup de fil aux médias les plus importants en les conviant à votre événement ;
- prévoir d'être votre propre média : photos + éventuellement vidéo de l'action à envoyer le jour même ou le lendemain sur les réseaux ;
- travaillez en partenariat avec quelques médias ciblés (pensez au journal de votre commune ou de votre région par exemple) :
 - o Négociez un espace publicitaire à titre gracieux en échange d'une visibilité sur votre événement (faite valoir les succès obtenus lors de précédentes éditions en termes de fréquentation, de retombées presse, etc.) ;
 - o Pensez à « l'échange de contenus » avec des médias en ligne ;
 - o Encouragez les journalistes à mentionner la possibilité de trouver davantage d'informations auprès de votre pôle, ou bien sur le site Internet du CFSI.

1. Le jour « J » : organisez une conférence de presse (avec le partenaire du Sud, s'il est présent).

Quelques conseils

La date

Vérifiez qu'il n'y a pas d'autre événement susceptible de mobiliser les invités. Les week-ends et les vacances scolaires sont à proscrire, les lundis et les vendredis à éviter.

L'horaire

Optez pour un petit déjeuner, un déjeuner (qui débiterait vers 11h30), un goûter (16h) ou un rendez-vous en soirée (après 20h). L'objectif : combiner la présentation avec une collation pour éviter au journaliste de perdre trop de temps.

Le lieu

Si possible, choisissez une salle facile d'accès et attractive, où les journalistes n'ont pas l'habitude d'aller et qui peut susciter leur curiosité. Le lieu doit rester en adéquation avec le thème de la conférence.

Les invitations

Envoyez-les de préférence par courrier (plus qualitatif et personnalisé), entre quinze jours et un mois avant la date prévue et pensez à relancer par téléphone deux à trois jours avant la conférence. L'invitation doit être claire et comprendre les points suivants : thème, horaires de début et de fin, lieu et accès, déroulement, talon d'inscription et contact presse.

Le jour « J »

1 heure est la durée idéale d'une conférence de presse. Prévoyez entre 30 et 45 minutes pour la présentation et 15 à 20 minutes pour les questions-réponses. Pensez aux supports d'information (communiqué et dossier de presse, visuels, supports de communication, discours et biographie des intervenants, etc.) que vous distribuerez de préférence en fin de conférence.

Après la conférence

Envoyez le dossier de presse aux journalistes qui n'ont pu être présents. Même s'ils ont manqué la rencontre, ils peuvent parler de votre actualité dans leur média.

2. Jusqu'à la clôture de la campagne

Annoncez les autres actions que vous entreprendrez en relançant la presse par de nouveaux communiqués.

3. A la fin de la campagne

Adressez un communiqué de presse dressant le bilan de la campagne. Pensez à constituer une revue de presse. Représentative de la qualité des actions, elle reste un outil efficace de persuasion, notamment pour démarcher des partenaires.

4. Remontées d'informations au CFSI

Le CFSI n'est plus abonné à l'Argus de la presse pour des raisons budgétaires. Il est donc indispensable d'envoyer tous vos articles de presse, émissions de radio ou télévision (liens), afin de mesurer l'étendue des retombées média au niveau national.

A destination des médias et/ou du grand public : pensez à communiquer sur les réseaux sociaux ET sur www.alimenterre.org !

Je relaie les messages de la page Facebook et du compte twitter du CFSI.

Je communique avec le hashtag #ALIMENTERRE.

J'envoie des brèves à ead@cfsi.asso.fr et alimenterre@cfsi.asso.fr sur les événements marquants que j'organise (avant et après). Elles seront mises en ligne sur le site du festival et partagées sur les réseaux sociaux.

Je partage des photos de mes séances, de la venue des partenaires...

Merci d'avance !

La charte graphique d'ALIMENTERRE

Outils et éléments de communication mis à disposition

■ Sur <https://1drv.ms/f/s!Ag7ukU7xURYPkEdKIRWFVtQpK135>

Vous trouverez :

- les « produits finis » précités en PDF haute définition et sous In design ;
- les photos des films de l'édition en cours ;
- les logos du CFSI, des partenaires, de la campagne et du festival ;
- le visuel 2018 du festival, le visuel de la campagne ;
- les gabarits Word pour personnaliser les outils de communication ;
- les bannières web ;
- les fiches pédagogiques ;
- Un planning de diffusion de ressources sur les réseaux sociaux, conçu à partir de la thématique des films ;
- la notice d'utilisation du site internet du festival.

Conception de vos propres supports

Si vous êtes amenés à concevoir vos propres supports de communication en lien avec la campagne ou le festival ALIMENTERRE, merci de respecter les points suivants.

1. Toute communication doit comprendre :

Votre logo, le logo du CFSI et le logo ALIMENTERRE (l'espace entre les trois logos ne doit pas être inférieur à 5 mm). Les logos du CFSI, de la campagne ALIMENTERRE et du Festival ALIMENTERRE ne peuvent être ni transformés, ni modifiés. Leur taille ne peut être modifiée que de façon homothétique.

■ la mention suivante :

Le présent document bénéficie du soutien financier de l'Agence Française de Développement, de la Fondation Daniel et Nina Carasso et de la Fondation Léa Nature Jardin Bio. Les idées et les opinions présentées sont celles du CFSI et de [nom de votre organisation] et ne représentent pas nécessairement celles de l'Agence Française de Développement, de la Fondation Daniel et Nina Carasso et de la Fondation Léa Nature Jardin Bio.

2. Les visuels de la campagne ALIMENTERRE et du Festival de films ALIMENTERRE ne peuvent subir aucune modification sans l'accord préalable du CFSI.

Pour toute demande spécifique, contacter Minh Maudoux communication@cfsi.asso.fr

3. Le terme ALIMENTERRE doit être utilisé de la manière suivante :

Typographie

La police utilisée est : helvetica condensed light et helvetica condensed black. ALIMENTERRE est obligatoirement écrit en majuscule, avec le "TERRE" en helvetica condensed black.

Couleur

Selon le fond utilisé, ALIMENTERRE sera écrit en blanc ou en marron (référence ci-dessous).

CMJN = 55 / 65 / 68 / 60

RVB = 70 / 41 / 33

Pantone = 476C

Correspondance web = 462921

L'équipe ALIMENTERRE au CFSI



Bonne campagne !



COMITE FRANÇAIS POUR
LA SOLIDARITE INTERNATIONALE

32 rue Le Peletier
F-75009 Paris

Tél. : 33 (0) 1 44 83 88 50
Fax : 33 (0) 1 44 83 88 79

@ : info@cfsi.asso.fr
www.cfsi.asso.fr

