

Projet de sensibilisation en Suisse

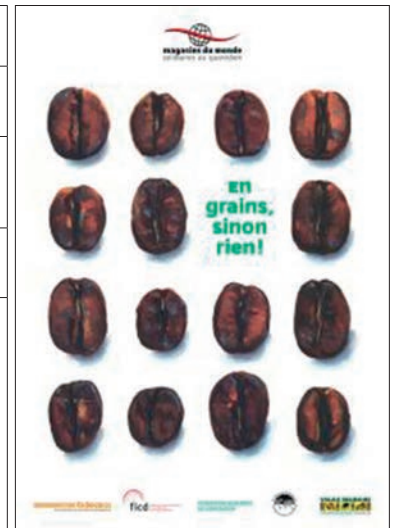
① L'ONG

Nom	Association régionale VS des Magasins du Monde
Pays, Région	Suisse romande, Valais
Domaines d'activités	Commerce équitable, sensibilisation
Référence en Suisse	Jannick Badoux Animatrice-coordinatrice Magasins du Monde VS Ch. de Boton 112 – 1880 Bex 024 463 24 32 jbadoux@mdm.ch
Coordonnées	http://www.mdm.ch
Actif depuis	1989



② LE PROJET

Nom	Campagne de sensibilisation: « En grains, sinon rien »
Localisation	Suisse romande, Valais : Bagnes, Fully, Martigny, Monthey, St-Maurice, Sion, Sierre.
Objectifs	Informier et sensibiliser le public aux enjeux des relations commerciales Nord-Sud et traiter de l'équité, de la qualité et des enjeux environnementaux du café.
Bénéficiaires	La population romande, les médias et les autorités politiques, ainsi que les 800 bénévoles des Magasins du Monde
Problématique	Le café figure parmi les denrées les plus échangées à travers le monde. Etant très largement consommé en Suisse, il constitue un sujet idéal pour informer et sensibiliser l'opinion publique aux enjeux des relations Nord-Sud, ainsi qu'au commerce équitable. Messages de la campagne : 1. Le café est une source de revenus essentielle pour de nombreuses familles – le commerce équitable leur garantit un revenu rémunérateur, des conditions de travail dignes et un accès au marché international. 2. Le café est un produit noble – il devrait être consommé si possible en grains. 3. Le café constitue une richesse culturelle – chaque pays a sa manière d'apprécier le café. 4. Le changement climatique menace les producteurs cultivant l'arabica – la prime du commerce équitable crée des solutions durables pour eux.
Partenaires locaux	Claro fair trade, Swiss Fair Trade, associations de pays concernés par la consommation de café (migrants), Bureau de l'intégration des étrangers (GE), La Semaine du Goût, les Botteghe del Mondo, Procafe, La Semeuse, divers artisans du goût, bloggers et journalistes culinaires, Coopératives africaines, Fedevaco, FGC, FICD, Loterie romande.
Durée	Mai à décembre 2018
Montant octroyé	CHF 6'000.– sur un total de 57'845.– Principales dépenses : réalisations et événements en lien avec la campagne.



Le magasin de St-Maurice.

③ **LES RÉSULTATS**

Projet achevé	<p>L'organisation d'événements sur des formats ludiques et didactiques a permis d'attirer et d'intéresser davantage le public. Chaque événement a été fréquenté de manière très satisfaisante. Les partenariats avec des événements de grande ampleur et des associations et partenaires de plus ou moins longue date contribuent à une dynamique positive et nous encouragent à soigner nos relations pour les projets à venir.</p> <p>Notre stratégie de communication en ligne, initiée il y a deux ans, continue de porter ses fruits. Notre communication doit encore être affinée et nous devons continuer à considérer les outils virtuels comme des moyens de toucher toujours plus de public.</p> <p>La participation aux Junior Days et aux activités Passeport Vacances nous a permis d'intervenir auprès d'un jeune public, peu visé par nos précédentes stratégies de communication et qui mérite que nous y apportions davantage d'attention.</p> <p>Nous pouvons considérer que dans l'ensemble, l'objectif d'informer et de sensibiliser le public à la problématique et aux enjeux des relations commerciales Nord-Sud et la population romande à trois thématiques principales : l'équité, la qualité et les enjeux environnementaux inhérents à la production, le conditionnement et la consommation a été atteint.</p>
----------------------	--



Le magasin de Bagnes.



Semaine du goût à Sion



Semaine du goût à Fully



Marché de Noël 2018



Yourte à la fête des 5 continents



Photo: © Magasins du Monde