

① **L'ONG**

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



② **LE PROJET**

<b>Nom</b>	<b>Campagne de sensibilisation: « Thé sûr ? »</b>
<b>Localisation</b>	Suisse, Suisse romande, Valais - Bagnes, Fully, Martigny, Monthey, St-Maurice, Sion, Siere
<b>Objectifs</b>	Sensibiliser les consommateurs suisses aux inégalités des échanges commerciaux, renforcer les bénévoles des MdM en tant que spécialistes du thé
<b>Bénéficiaires</b>	Consommateurs, collectivités publiques, médias, donateurs
<b>Problématique</b>	Le thé connaît actuellement un engouement sans précédent, mais les questions liées au commerce équitable ne sont pas du tout ou très peu abordées. Par la campagne « Thé sûr ? », les Magasins du Monde (MdM), à travers l'exemple du thé, veulent sensibiliser aux inégalités des échanges commerciaux et montrer les alternatives intégrant les trois dimensions du développement durable : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Économique : garantie d'un revenu rémunérateur et stable sur le long terme.</li> <li>• Social : renforcement d'organisations de producteurs et soutien de projets sociaux.</li> <li>• Environnemental : thé issu de l'agriculture biologique.</li> </ul>
<b>Partenaire local</b>	Campagne Fair Trade Town, quartiers/communes dans lesquels sont implantés les MdM
<b>Durée</b>	1 an (8 mois)
<b>Montant recherché</b>	<b>CHF 4'000.– CHF</b> sur un total de 38'875.– CHF Principales dépenses : promotion, diffusion, ressources humaines



Illustrations : Magasins du Monde

Photo : © claro fair trade

③ **LES RÉSULTATS**

<b>Projet achevé</b>	<p><b>Résultats :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plus de <b>1'000 personnes touchées</b> par 37 stands/événements d'informations au niveau romand, dont une centaine en Valais (<b>6 stands/événements d'infos réalisés en Valais</b>) et <b>3 conférences</b> organisées à Lausanne, Genève et Sion.</li> <li>• <b>Deux communes/villes</b> (Genève et Delémont) engagées en Suisse romande dans la promotion du commerce équitable en synergie avec les MdM et la campagne <i>Fair Trade Town</i></li> <li>• <b>316 bénévoles des Magasins du Monde formés</b>, dont 66 en Valais. 31 formations réalisées</li> <li>• <b>10 articles dans la presse.</b></li> </ul> <p><b>Commentaires et perspectives :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le thé est un produit qui interpelle beaucoup de monde. La nouvelle gamme de thés lancée fin 2014 par le fournisseur <i>claro fair trade</i>, avec une nouvelle qualité de thé et des emballages attrayants a permis de mettre en avant des <b>produits équitables attractifs et de très bonne qualité</b>. Les bénévoles des Magasins du Monde ont bien valorisé le matériel de campagne</li> <li>• <b>La couverture médiatique</b> n'a pas été aussi large qu'espérée, mais <b>plusieurs articles de fond</b> (journal Le Courrier, magazine de la FRC Que Choisir, La Gazette de la Région) ont bien couvert la thématique.</li> <li>• <b>Les synergies recherchées avec les communes</b> dans le cadre de la campagne <i>Fair Trade Town</i> n'ont pas fonctionné comme désiré. Deux communes/villes (Genève et Delémont) se sont toutefois engagées en Suisse romande dans la promotion du commerce équitable.</li> <li>• Il a été difficile de trouver des intervenants spécialisés sur la question des conditions de travail sur les plantations de thé. Ça a été une chance de pouvoir compter sur la <b>venue d'un spécialiste de l'ONG néerlandaise SOMO</b> (photo ci-contre), qui était disponible pour trois dates de conférence. Le fournisseur <i>claro fair trade</i>, que les Magasins du Monde auraient souhaité comme intervenant, n'était malheureusement pas disponible.</li> <li>• Il a également été difficile de mobiliser les bénévoles des Magasins du Monde pour faire de la <b>publicité autour des conférences</b>. Pour les prochaines campagnes, les Magasins du Monde chercherons à impliquer davantage leurs bénévoles en amont pour que de tels événements soient mieux portés et diffusés par les forces vives du mouvement.</li> </ul>
----------------------	--



Photos : Magasins du Monde