

BILAN 2011

De la 6^{ème} édition de la



Sommaire

INTRODUCTION	page 3
OUTILS DE COMMUNICATION	page 4 à 7
RETOMBEES MEDIATIQUES	page 8 et 9
QUELQUES CHIFFRES	page 10
BILAN FINANCIER	page 11
POINTS FORTS / POINTS FAIBLES ET PERSPECTIVES 2012	page 12

Introduction

La sixième édition de la Semaine pour les Alternatives aux Pesticides - ou Semaine sans Pesticides (SSP) - s'inscrit comme un événement essentiel permettant de prouver que l'usage des pesticides n'est pas indispensable et que l'on peut fortement en limiter l'usage voire complètement s'en passer.

Le bilan de cette sixième édition est porteur d'espoir et les membres de l'ACAP¹ peuvent se féliciter de ce beau succès car pas moins de 750 événements ont été recensés sur le site Internet de la campagne.

Dans un premier temps, ce bilan présentera les outils initiés durant la Semaine pour les Alternatives aux Pesticides et les nouveautés 2011. Puis, dans un second temps vous découvrirez les retombées presse. Nous parlerons ensuite des participants et nous conclurons en présentant le bilan financier, les points forts et les points faibles de cette 6ème édition et les perspectives pour 2012.

¹ Action citoyenne pour les Alternatives aux Pesticides <http://www.collectif-acap.fr/>

Outils de communication

Pour que cette campagne soit visible nous mettons à votre disposition divers outils de communication.

VIDEOS CLIPS



Les Pestes Acides : L'an passé, Générations Futures, le WWF-France et l'Agence Limite (agence en communication responsable) ont Réalisé ensemble une campagne de buzz internet visant à cibler les néo-ruraux, plus précisément les jeunes adultes urbains qui éprouvent le besoin de se tourner vers la nature.

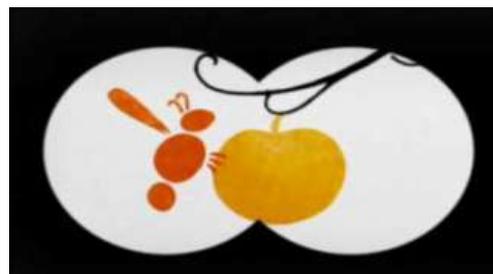
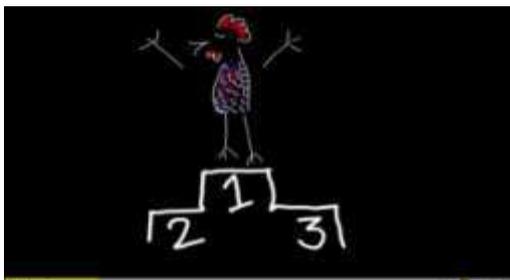
http://www.dailymotion.com/video/xckubl_les-pestes-acides_news

Autres Clip Vidéo : En 2009, deux vidéos avaient été mises en ligne pour la Semaine pour les Alternatives aux Pesticides.

Elles sont toutes deux encore téléchargeables.

Vidéo réalisée par Julien Peuble. Réalisateur bénévole pour Générations Futures

http://www.dailymotion.com/video/x8mmq4_semaine



Le second Clip a été réalisé par l'agence Donc Voilà et a été financé par la Mairie de Paris.

http://www.dailymotion.com/video/x9tghw_semaine-sans-pesticides_news

Tous ces clips vidéo sont un moyen ludique et détourné de faire passer un message sur la dangerosité des pesticides et les alternatives viables.

Outils de communication

Logo

Pour que la semaine pour les alternatives aux pesticides soit identifiée rapidement, nous avons décidé de créer un logo propre à la campagne. Celui-ci a été décliné en anglais. Les logos peuvent être envoyés aux participants ayant signé la charte d'engagement ou étant membre de l'ACAP dès lors où ils en font la demande auprès du chargé(e) de mission.



Site Internet

Cette année, le site Internet de la Semaine pour les alternatives aux pesticides a quelque peu été modifié selon les remarques recensées l'année passée. La grande nouveauté réside dans la recherche multicritères qui permet de chercher un événement en fonction de son lieu, sa date et du type d'événement.



Outils de communication

Norbert le ver de terre

« Norbert le ver de terre » est un espace dédié aux enfants qui a été initié l'an passé. Norbert est l'ami des enfants qui leur dévoile les secrets de la vie des plantes, les impacts des pesticides et les solutions respectueuses et viables qui existent. Cet espace offre également un outil aux professeurs et animateurs désirant mettre en place des ateliers avec leurs élèves.



Supports de conférence

Le nombre de conférences et débats étant en croissance, nous avons réalisé des supports de conférence visant à donner les clés aux organisateurs pour animer une conférence sur le sujet des pesticides. Quatre power points ont été mis à votre disposition sur le site internet de la Semaine dans la boîte à outils.

Kit de conférence pour les associations d'étudiants

Pour faciliter la mise en place de conférences dans les universités et grandes écoles, un kit a été réalisé par Générations Futures en partenariat avec le REFEDD (Réseau Français des Etudiants Français pour le Développement Durable). Ce kit se compose d'un power point et d'un argumentaire.

L'affiche nationale modulable

Contrairement aux éditions précédentes nous avons réalisé un modèle d'affiche modulable afin d'avoir une communication commune. Suite aux remarques des participants de l'an passé, nous avons délibérément laissé un espace vide plus important au milieu de l'affiche pour que les organisateurs puissent y intégrer leur programme.

Cette affiche était téléchargeable en format jpeg sur le site Internet et à été imprimé plus de 30 000 exemplaires et diffusé partout en France via le réseau des distributeurs d'Euronat.



Outils de communication

Les bannières animées

Ces bannières animées permettent aux partenaires de communiquer sur leur site Internet.

Boîte à outils

Cette année, nous avons développé une boîte à outils directement accessible sur la page d'accueil du site Internet de la campagne. Cette boîte à outils répertorie des clips vidéos, livres, brochures, supports de conférence, musiques qui pourront alimenter les actions organisées pendant la Semaine pour les alternatives aux pesticides.



Kit des marches symboliques pour les alternatives aux pesticides.

Lors de l'édition 2010, une marche pour dire "oui aux alternatives aux pesticides" a été organisée en Bretagne. Le succès fut au rendez-vous puisque 1 000 personnes ont défilé. Cet événement a obtenu un succès incroyable auprès de la presse local et justifie davantage le travail des élus, associations, entreprises et autres organismes qui souhaitent interdire l'utilisation des pesticides chimiques et qui proposent des alternatives viables. Face à ce succès et à l'importance du symbole de cette marche, plusieurs marches ont été organisés le 26 mars 2011.



Le succès de la Semaine pour les Alternatives 2011 se reflète essentiellement par l'engouement des journalistes pour le sujet. Des centaines d'articles presse, des interviews TV & radio ont mis en avant les problématiques liées aux pesticides, que ce soit chez les professionnels (agriculteurs, collectivités locales) ou chez les particuliers (jardiniers amateurs, alimentation, etc...).

Cette année, les médias ont fait un focus sur le lancement de l'association Phyto-Victimes, association de professionnels victimes des pesticides.

La conférence de presse nationale s'est déroulée à Paris. Au côté de Générations Futures, association coordinatrice de la Semaine pour les alternatives aux pesticides, les journalistes ont pu rencontrer des acteurs engagés dans la manifestation :

- Botanic,
- NatureParif,
- la FNAB,
- Deux élus de la Mairie de Paris (Fabienne Giboudeaux et Anne Le Strat),
- Gilbert Vendé, un ancien agriculteur victime des pesticides reconnu en tant que maladie professionnelle qui est venu parlé du lancement de l'association Phyto Victimes, association de professionnels victime des pesticides.
- Fabrice Micouraud, président fondateur de l'association Allasac-ONGF qui a porté plainte contre des pomiculteurs pour épandage de pesticides chimiques.



Radio :

Les radios ont également parlé de la semaine pour les alternatives aux pesticides (France Info, RCF, RFO, RFI, Radio campus, Sud Radio, Néoplanet, etc...)

Les Blogs et site d'information

La semaine a su s'imposer sur le net puisqu'environ 150 blogs et sites d'information ont relayé l'événement. Novethic, Actu environnement, Comdurable, Durable.fr.

Presse :

20 minutes, Métro, Le parisien, Le monde, , TerraEcos, Direct Matin, La Dépêche, Sud Ouest, Midi libre, La voix du nord, Ouest France, Dernières Nouvelles d'Alsace, La Dépêche, Var Matin, La Marseillaise, la Tribune, La voix du Nord etc...

TV : France télévision (France 2, 3) Ushuaia TV, LCI.

Quelques

chiffres

Cette année, plus de **750** actions ont été recensées contre 630 en 2010 et **230** organisations se sont inscrites sur le Site de la Semaine pour les Alternatives aux Pesticides, <http://www.semaine-sans-pesticides.fr>.

Il y a eu une hausse de projection de film par rapport à l'an dernier car nous comptabilisons 90 projections en 2010 et 149 en 2011. Cela est en partie dû à la sortie du dernier film de Marie Monique Robin, « Notre poison quotidien » quelques jours avant la Semaine pour les alternatives aux pesticides, mais aussi la sortie fin 2010 de **Severn, la voix de nos enfants**, dernier film de Jean-Paul Jaud.

Les ateliers et les démonstrations sont eu un succès car plus de **160** ateliers ont été recensés en 2011.

Plus de 70 visites d'exploitations agricoles et de jardin écologique ont été organisées et

Une centaines de repas Bio ont été distribués.

A l'étranger, 16 pays ont participé à la Semaine pour les alternatives aux alternatives aux pesticides :

Algérie, Belgique, Bénin, Burkina Faso, Espagne, France, Grèce, Hongrie, Luxembourg, Macédoine, Mauritanie, République Tchèque, Sénégal, Suisse, Togo, Tunisie.

PARTENAIRES



Bilan Financier 2011			
Entrées		Sorties	
WWF-France	10 000	Salaires	22 200
Région Ile de France	10 000	Site Internet	1 000
Biocoop	2 000	Frais de fonctionnement	4 000
Bénévolat graphiste	3 600	Conférence de presse	100
Auto-financement	12 060	Frais graphique	4 100
		Impressions Affiches	3 130
		Kit de marche	3 130
TOTAL	37 660		37 660

Points forts	Points faibles
<ul style="list-style-type: none"> - Mobilisation citoyenne importante - Succès du dernier film de Marie Monique Robin - Lancement de l'association Phyto Victimes, association de professionnels victimes des pesticides a contribué au succès médiatique de cette édition, - Implication de PAN Afrique. - Mise en place de la recherche multi-critères sur le site web. - Fort intérêt des pays africains pour la campagne. 	<ul style="list-style-type: none"> - Des actions ont été annulées en Afrique du nord suite aux révolutions Arabes - Certains points de retraits d'affiches n'ont pas reçu d'affiches. - Peu de participation aux marches symboliques (pour certaines marches, cela est du aux manifestations contre le gaz de schiste). - Focus des médias sur Fukushima

PERSPECTIVES 2012

Pour améliorer la mise en place d'action sur le terrain, nous allons créer un réseau local de correspondants dédiés à la Semaine pour les alternatives aux pesticides. Chaque correspondant devra coordonner la campagne localement et relayer les informations auprès de la presse locale. Un kit sera déployé pour donner aux correspondants locaux tous les outils dont ils ont besoin (plate-forme internet, dossier de formation, plaquette, affiches, et...).