

SOMMAIRE

- 3 • Le quotidien au fil de l'eau...
- 4 • Je vais à l'école.
- 5 • Yon ti kout zye sou Ayiti. Clin d'œil haïtien.
- 6 • Une seule planète pour une gestion durable et équitable des ressources.
- 7 • Décryptons l'information ! Une exposition pour éduquer aux médias.
- 8 • Partir pour être solidaire ?
- 9 • Halte aux préjugés sur les migrations !
- 10 • Vacances, j'oublie tout ?
- 11 • Le don, une solution ?
- 12 • À contre courant, une énergie citoyenne et solidaire.
- 13 • Les peuples autochtones.
- 14 • L'eau source de vie et de démocratie.
- 15 • Les enjeux du développement durable.
- 16 • Terra.
- 17 • Les enfants, leurs droits.
- 18 • Nourrir les Hommes.
- 19 • Flagrant délit de solidarité.
- 20 • Economie sociale et solidaire / solidarité internationale.
- 21 • Mondialiser les droits humains au travail.
- 22 • Enfants des rues – enfants non reconnus – enfants sans droits.
- 23 • Les migrations pour vivre ensemble.
- 24 • La banane à tout prix !
- 25 • La santé pour tous.
- 26 • Altermondialiste, moi ?
- 27 • Urgence climatique.

Pour toute réservation :



Mails : asi.gresivaudan@gmail.com / pksavoye@wanadoo.fr
Contact téléphonique : Philippe Savoye / 04 76 71 91 86
<http://www.solidarite-internationale-gresivaudan.org>



LA SOLIDARITÉ À TRAVERS L'IMAGE

Catalogue des expositions disponibles



LE COLLECTIF DES ASSOCIATIONS DE SOLIDARITE INTERNATIONALE DU GRÉSIVAUDAN

possède nombre d'expositions sur les enjeux de la solidarité internationale. Expositions qu'il a conçues à partir des activités de ses membres, achetées ou qui lui furent données par le Centre d'Information Inter-Peuples (CIIP), lors de la cessation de ses activités.

Elles peuvent être mises gracieusement à disposition (un geste pourrait permettre d'en acquérir de nouvelles) pour une animation, une sensibilisation ou toute autre action.

Dans ce catalogue vous en trouverez les caractéristiques.

Des animations peuvent se concevoir autour de ces expositions avec des membres du collectif.

Pour toute réservation :

Mails : asi.gresivaudan@gmail.com / phsavoye@wanadoo.fr

Contact téléphonique : Philippe Savoye / 04 76 71 91 86

<http://www.solidarite-internationale-gresivaudan.org>



SOMMAIRE

- 3 • Le quotidien au fil de l'eau...
- 4 • Je vais à l'école.
- 5 • Yon ti kout zye sou Ayiti.
Clin d'œil haïtien.
- 6 • Une seule planète pour une gestion durable et équitable des ressources.
- 7 • Décryptons l'information ! Une exposition pour éduquer aux médias.
- 8 • Partir pour être solidaire ?
- 9 • Halte aux préjugés sur les migrations !
- 10 • Vacances, j'oublie tout ?
- 11 • Le don, une solution ?
- 12 • À contre courant, une énergie citoyenne et solidaire.
- 13 • Les peuples autochtones.
- 14 • L'eau source de vie et de démocratie.
- 15 • Les enjeux du développement durable.
- 16 • Terra.
- 17 • Les enfants, leurs droits.
- 18 • Nourrir les Hommes.
- 19 • Flagrant délit de solidarité.
- 20 • Economie sociale et solidaire / solidarité internationale.
- 21 • Mondialiser les droits humains au travail.
- 22 • Enfants des rues – enfants non reconnus – enfants sans droits.
- 23 • Les migrations pour vivre ensemble.
- 24 • La banane à tout prix !
- 25 • La santé pour tous.
- 26 • Altermondialiste, moi ?
- 27 • Urgence climatique.

LE QUOTIDIEN AU FIL DE L'EAU...



Réalisée par le collectif des Associations de Solidarité Internationale du Grésivaudan (2020).



44 panneaux :

- 27 tableaux photos,
- 9 tableaux sur un focus (nord du Mali, Ladakh, culture du riz),
- 8 tableaux d'explications.

Un livret pédagogique est à disposition.



Publics ciblés : tous publics. Très adaptés pour les grands du primaire et les collégiens.

Le quotidien au fil de l'eau...



Exposition réalisée par le "Collectif des associations de solidarité internationale du Grésivaudan" en soutien aux populations accompagnées, dans l'accès aux droits, l'éducation, la santé, etc., et l'accès à l'eau lorsque la population le définit comme prioritaire.



Cette exposition présente la place de l'eau dans le quotidien de populations à travers le monde basée sur le partenariat et les rencontres des membres des associations du Collectif.

Il n'y a pas de vie sans eau ! Son accès est un élément majeur pour les populations. Les contextes sont différents d'une région du monde à l'autre ; les populations vivent en prenant en compte cet élément : ici, ils vivent sur l'eau, là, sa captation nécessite des heures de travail chaque jour, là encore, elle offre le principal de l'alimentation, etc. Visitez ces lieux... et interrogeons-nous également sur nos pratiques.

JE VAIS À L'ÉCOLE



Réalisée par le collectif des Associations de Solidarité Internationale du Grésivaudan (2014).



32 panneaux en format 50 x 70 ou 30 x 45, en double exemplaire.



Publics ciblés : tous publics très adaptés pour les enfants du primaire et collégiens.



Cette exposition présente la journée d'un enfant à travers le monde à partir des partenariats des associations membres du collectif.

L'éducation moyen incontournable d'une promotion individuelle, d'une évolution sociale, d'une égalité des chances.
Passage obligé pour l'accès à une autonomie, à une citoyenneté individuelle et collective, à l'acquisition d'une capacité à mettre en œuvre des projets économiques, sociaux, culturels... et plus globalement à créer un monde égalitaire !
Banalité pour les enfants en certains lieux du globe ; épreuves semées d'embûches en d'autres lieux.

YON TI KOUT ZYE SOU AYITI - CLIN D'ŒIL HAÏTIEN



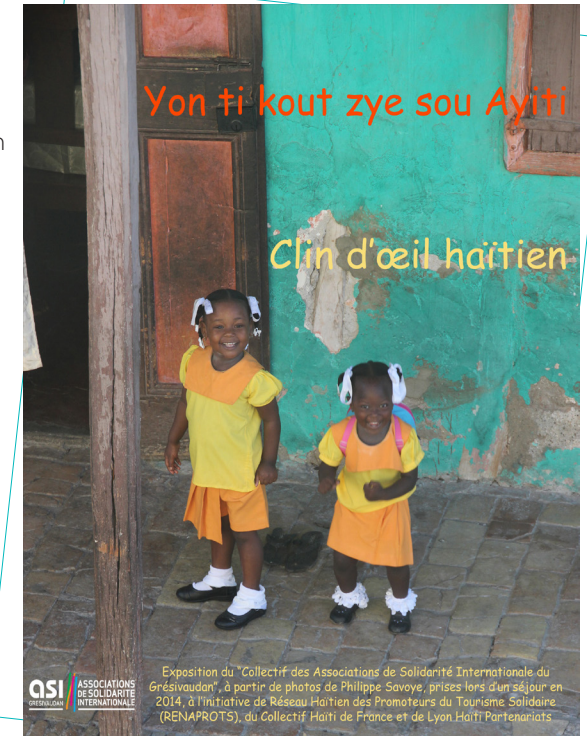
Réalisée par le collectif des Associations de Solidarité Internationale du Grésivaudan (2016).



30 panneaux 40 x 50 cm associant des photos et textes.



Publics ciblés : collégiens, lycéens et adultes.



Cette exposition réalisée à l'issue d'un séjour en Haïti organisé à l'initiative du réseau haïtien des promoteurs du tourisme solidaire (RENAPROTS).

Elle apporte une approche de ce pays : histoire, géographie, données sociologiques, arts, etc. Elle retrace les réalités vécues par la population dans un environnement post-tremblement de terre.

UNE SEULE PLANÈTE POUR UNE GESTION DURABLE ET ÉQUITABLE DES RESSOURCES



Produit par les Petits débrouillards (2011).



8 panneaux à œilletons
50 x 70 cm :

- 1: Texte d'introduction.
- 2: Géographie.
- 3: Sciences politiques.
- 4: Philosophie.
- 5: Anthropologie.
- 6: Economie.
- 7: Ethnologie.
- 8: Co-développement.



Publics ciblés :
collégiens, lycéens
et adultes.



Sous forme d'affiches attractives et volontairement provocantes pour amener le public à se poser des questions, débattre et se forger une opinion. Chaque affiche se compose d'un titre, d'une image attractive et d'un texte pour expliciter le questionnement.

DÉCRYPTONS L'INFORMATION ! UNE EXPOSITION POUR ÉDUIQUER AUX MÉDIAS



Produit par Ritimo (2016).



8 panneaux à œilletons
60 x 80 cm :

- 1: Informations partout, informations nulle part.
- 2: Faut-il croire tout ce que nos médias racontent ?
- 3: Internet : libérer la parole, confisquer les données.
- 4: Informations, opinions ou fake news.
- 5: Décrypter l'information.
- 6: D'autres médias existent.
- 7: Soyons actifs face à l'info.
- 8: Conseils pour produire notre propre information.



Publics ciblés :
collégiens, lycéens
et adultes.

Pourquoi sommes-nous méfiants à l'égard des médias ? Comment se fabrique une information ? Qu'est-ce qu'un média libre ? Comment faire la différence entre information et fake news ? Quels sont les dangers du partage d'informations sur Internet ?...

INFORMATIONS PARTOUT... INFORMATION NULLE PART ?

CHAQUE JOUR, NOUS RECEVONS UNE GRANDE QUANTITÉ D'INFORMATIONS, ALORS D'OU VIENT CETTE IMPRESSION DE NE PAS ÊTRE TOUJOURS BIEN INFORMÉ.E.S ?

Un manque de pluralité

- **En France**, 10 milliardaires possèdent 90 % des journaux nationaux*
- **Au Brésil**, le groupe Globo possède cinq stations de télévision et plus de cent stations affiliées. Les médias de Globo atteignent une audience plus grande que l'audience cumulée des quatre autres grands groupes médiatiques brésiliens*
- **Aux États-Unis**, le multimilliardaire Rupert Murdoch possède des grands médias, parmi les plus influents dans le monde: le Sun, Fox News, le Wall Street Journal, le New York Post ainsi que les studios de cinéma 20th Century Fox.

Une info partagée entre « amis » mais peu vérifiée

Sur les réseaux sociaux, de nombreux e-users internautes partagent des contenus sans les avoir vérifiés et sans en connaître la source, facilitant la propagation de rumeurs, fausses infos, informations tronquées et décontextualisées.

Un tiers des Français.e.s ne peut pas préciser ses principales sources d'information sur la toile*. Cette méconnaissance de l'origine des contenus découverts au hasard de la navigation sur le web participe à l'impression de confusion, d'incertitude, voire de désinformation.

Trop d'infos !

Un monde hyper connecté: l'information se glisse partout, dans l'ensemble de nos échanges et sous différentes formes (vidéo, sons, écrits...), à une vitesse grand V :

- **500 millions de tweets par jour** dans le monde*
- **29 000 gigaoctets d'informations**, soit 9657 milliards de pages de texte publiés chaque seconde dans le monde*
- **269 milliards de courriels** envoyés et reçus chaque jour en 2017*

Plus méfiant à l'égard des médias

32 % des Français.e.s déclarent que « les choses se sont passées vraiment ou à peu près comme la radio les raconte ». Ce chiffre tombe à 24 % pour les journaux et 41 % pour la télévision. Quant à Internet, 26 % seulement des Français.e.s font confiance à l'information qu'il relaye*.

Plus méfiant à l'égard des médias

PLUS MÉFIANT À L'ÉGARD DES MÉDIAS
PLUS IL DEVIENT DIFFICILE DE FAIRE LA DIFFÉRENCE ENTRE L'INFORMATION ET LE FAKE NEWS

* Les données de l'Observatoire de la confiance des Français.e.s sont issues de l'étude « Confiance et désinformation » réalisée par Ritimo en 2017.
* Les chiffres des médias de la France sont issus de l'étude « Médias de France » réalisée par Ritimo en 2016.
* Les chiffres des médias du monde sont issus de l'étude « Médias du monde » réalisée par Ritimo en 2016.
* Les chiffres des courriels sont issus de l'étude « Courriels » réalisée par Ritimo en 2017.
* Les chiffres de la confiance à l'égard des médias sont issus de l'étude « Confiance et désinformation » réalisée par Ritimo en 2017.

PARTIR POUR ÊTRE SOLIDAIRE ?



Produit par Ritimo (2007).



10 panneaux 55 x 75 cm :

- 1: Partir pour être solidaire ?
- 2: Je veux partir, mes motivations.
- 3: Je veux partir, je me renseigne.
- 4: J'ai des compétences.
- 5: Je dois trouver ma place.
- 6: Partir autrement.
- 7: Se remettre en question.
- 8: Mon retour.
- 9: Ici aussi, je peux être solidaire !
- 10: Changer le monde ?



Publics ciblés :
lycéens et jeunes.



HALTE AUX PRÉJUGÉS SUR LES MIGRATIONS !



Produit par Ritimo et CCFD Terre Solidaire (2018).



8 panneaux 60 x 80 cm :

- 1: Qui sont les migrant(es) ?
- 2: Une « invasion fantasmée ».
- 3: Des frontières fermées.
- 4: Les immigré(es) remplissent les caisses de l'État.
- 5: Les travailleur(s) immigré(es) sont exploité(es).
- 6: Les immigré(es) ne sont pas des délinquant(es).
- 7: Les immigré(es) sont discriminé(es).
- 8: Mieux vivre ensemble.



Publics ciblés :
collégiens, lycéens et adultes.

Qui sont les migrants ?

Les migrations sont aussi anciennes que l'histoire de l'humanité. Si une majorité d'humains reste sédentaire, une toute petite partie a toujours quitté son pays souvent par contrainte, mais parfois aussi par choix personnel. Qui sont aujourd'hui ces personnes qui viennent vivre en France ? Pour quels motifs ? Voici quelques pistes pour mieux connaître leur histoire, leur situation et leurs apports pour notre pays.

Pourquoi migrer ?

Ce ne sont pas les raisons économiques qui justifient en premier lieu les migrations. Arrivent, dans l'ordre :

- **Les motivations personnelles et familiales** (45 % du flux migratoire en France*) : les personnes qui viennent rejoindre conjoint et enfants, les familles qui souhaitent découvrir une autre culture.
- **Les raisons éducatives et culturelles** (30 %) : les étudiants bénéficiant de programmes d'échanges interculturel ou universitaire.
- **Les raisons politiques, ethniques, religieuses** (9 %) : les millions de femmes, d'hommes, d'enfants fuyant les guerres, les dictatures, les persécutions, la restriction des libertés.
- **Les raisons économiques** (8 %) : le pêcheur sénégalais poussé hors de son village à cause de la raréfaction des poissons, l'homme d'affaires singapourien muté à Paris, le travailleur argentin embauché sur un chantier de construction.
- **Les raisons climatiques** : les personnes obligées de quitter leur pays à cause des conséquences du réchauffement climatique et de l'augmentation des catastrophes naturelles. Leur nombre pourrait atteindre 250 millions dans le monde en 2050*.



Les personnes qui migrent ne sont pas obligatoirement pauvres et sans diplôme. Pour migrer dans un pays du Nord, il faut généralement beaucoup d'argent et souvent un village se refuse pour financer la migration d'une seule personne. Il mettra davantage sur une personne instruite. Ainsi, 25 % des migrants qui arrivent en France sont diplômés de l'enseignement supérieur. (Source : ANSD, 2011)



Un immigré est une personne née à l'étranger et qui a migré pour s'installer dans un autre pays.
Un étranger est une personne qui possède une autre nationalité qu'un de ses pays ou il reside.
Un réfugié est une personne qui craint avec raison d'être persécuté du fait de sa race, de sa religion, de sa nationalité ou de ses opinions politiques et qui a obtenu la protection d'un pays dont elle n'a pas la nationalité. Si la demande de protection est refusée, le demandeur d'asile doit quitter le pays ou devenir « sans-papiers ».
Un « sans-papiers » est une personne qui ne dispose pas de titre de séjour valide dans le pays où il a migré.



Halte aux préjugés sur les migrations !

Vous voulez être solidaire et partir dans un pays du Sud en organisant vous-même votre projet ou en partant avec une ONG ? Vous ne savez pas par quoi commencer, à qui vous adresser, où rechercher de l'information ? Pour aborder les nombreuses interrogations que suscite un projet solidaire.

« Toute personne a le droit de circuler librement et de choisir sa résidence à l'intérieur d'un État. » Déclaration universelle des Droits de l'Homme, article 13-1 (1948). Cette exposition bat en brèche les idées reçues. 7 préjugés sur les migrations sont passés au crible de données chiffrées qui démontrent que les fantasmes et les peurs faussent la plupart des représentations sur ce thème.

VACANCES, J'OUBLIE TOUT ?



Produit par Ritimo (2005).

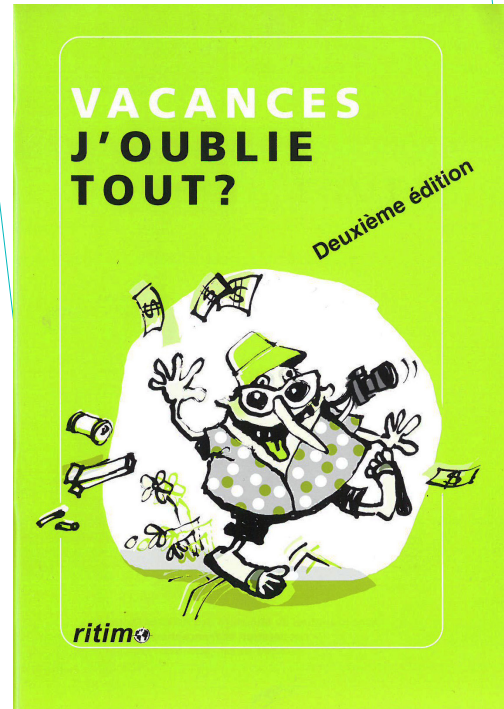


8 panneaux 60 x 80 cm :

- 1: Vacances : j'oublie tout ?
- 2: Le tourisme : un phénomène de masse ?
- 3: À qui profite le tourisme ?
- 4: Quand les vacances des uns font le malheur des hôtes.
- 5: À la rencontre des populations locales, le piège folklorique.
- 6: Avant de voyager, poser les bonnes questions.
- 7: Responsable, solidaire, équitable : le tourisme dans tous ses états.
- 8: Le tourisme pour changer le monde.



Publics ciblés :
lycéens et jeunes.



LE DON, UNE SOLUTION ?



Produit par Ritimo (2008).



8 panneaux 60 x 80 cm :

- 1: Le don, une solution ?
- 2: Le don au-delà de l'émotion.
- 3: Donner de la nourriture ?
- 4: Donner un ordinateur.
- 5: Donner des livres ?
- 6: Donner des médicaments ?
- 7: Aider à n'avoir pas besoin d'aide.
- 8: Comment être solidaire ?



Publics ciblés :
lycéens et adultes.



Cette exposition présente, de façon humoristique, quelques points de repère sur les effets négatifs du tourisme de masse dans les pays du Sud : difficulté d'une vraie rencontre, pression sur l'environnement, prostitution... Les derniers panneaux ouvrent des pistes vers un tourisme responsable, solidaire, équitable.

Cette exposition met l'accent sur les différentes formes de dons (livres, médicaments, ordinateurs, vêtements, bénévolat). Si tout don semble au départ partir d'un bon sentiment, il faut s'interroger sur son utilité. Cette exposition montre les erreurs les plus courantes à ne pas commettre.

À CONTRE COURANT, UNE ÉNERGIE CITOYENNE ET SOLIDAIRE



Produit par CITIM Caen (2019).



10 panneaux 60 x 80 cm :

- 1-2 : L'énergie, enjeu économique : l'impasse du modèle actuel.
- 3-4 : L'énergie, source de dangers, d'inégalités et d'injustices.
- 5-7 : Changer de modèle : des alternatives existent !
- 8-10 : S'engager dans la transition énergétique : une démarche citoyenne.



Publics ciblés :
lycéens, enseignants,
animateurs et adultes.



L'exposition est centrée sur l'urgence de la transition énergétique : pourquoi et comment en est-on arrivé là ? Comment en sortir ? L'objectif est d'inviter chacun à créer son chemin de pensée dans le dédale des informations concernant l'énergie. À contre-courants, pour faire de l'énergie un bien commun, au service de la planète et de tous ses habitants, du Nord comme du Sud.

LES PEUPLES AUTOCHTONES



Produit par LINKS – CIIP (2010).



Publics ciblés :
lycéens et adultes.



13 panneaux 50 x 70 cm :

Connaissance des peuples

- 1 : Les peuples autochtones : qui sont-ils ?
- 2 : Les peuples autochtones et la terre.
- 3 : Les peuples autochtones et la colonisation.
- 4 : Les peuples autochtones ont des droits.
- 5 : Les peuples autochtones résistent...
- 6 : Paroles des autochtones.

Les savoirs

- 1 : Savoirs locaux et développement durable.
- 2 : La protection des savoirs traditionnels.
- 3 : Défier les présupposés de la science occidentale.
- 4 : Synergie entre savoirs autochtones et scientifiques.
- 5 : Complémentarité des savoirs féminins et masculins.
- 6 : Continuité et changement, le dynamisme des savoirs traditionnels.
- 7 : Redynamiser la transmission des savoirs au sein des communautés locales.

Qui sont les peuples autochtones ? Colonisation, rapport à la terre, droits, résistance...
Les savoirs : transmission, rapport à la science...



L'EAU SOURCE DE VIE ET DE DÉMOCRATIE



Produit par Ritimo - CCFD (2003).



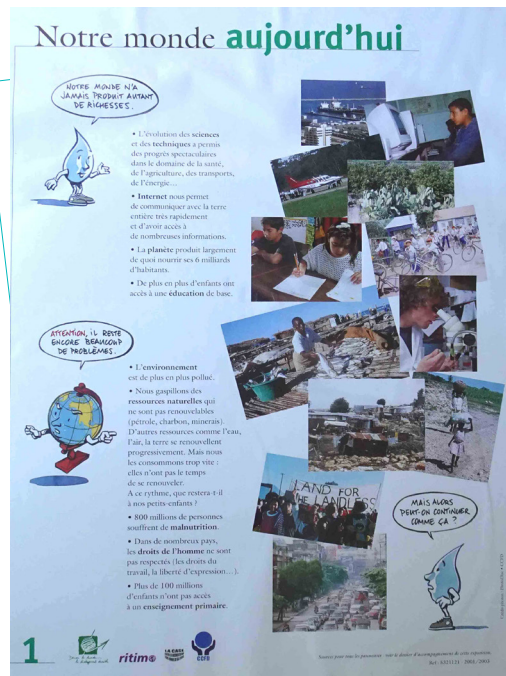
10 panneaux 70 x 100 cm :

- 1: Notre monde aujourd'hui.
- 2: Demain le monde... Développement durable.
- 3: Etre acteur du développement durable.
- 4: Le développement durable... l'exemple de l'eau.
- 5: L'eau : une ressource à partager et à protéger.
- 6: France : Espalion, « le collège de la rivière ».
- 7: Tunisie : Chenini, une oasis en danger.
- 8: Faire revivre l'oasis Chenini.
- 9: Asie centrale : l'eau qui fait défaut.
- 10: L'eau source de vie et de démocratie.



Publics ciblés :
collégiens et adultes.

Cette exposition appréhende le thème du développement durable de manière générale, puis présente trois approches de l'eau en tant que ressource à partager et à protéger : au collège d'Espalion en France, à Chenini en Tunisie où l'oasis est en danger, en Asie Centrale où l'eau fait défaut.



LES ENJEUX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE



Produit par OrcaDES (2001).



10 panneaux 60 x 80 cm :

- 1: Les enjeux du développement durable.
- 2: Une représentation du développement durable.
- 3: Les quatre dimensions du développement durable.
- 4: Des indicateurs pour mesurer le développement.
- 5: Le défi de Curitiba (Brésil).
- 6: Kérala, la force de l'ambition (Inde).
- 7: Porto Alegre, le budget participatif (Brésil).
- 8: Kronsberg, une nouvelle communauté urbaine (Allemagne).
- 9: Un Manifeste pour une province durable (Pays-Bas).
- 10: Birmingham, éduquer en pensant à l'avenir (Grande-Bretagne).



Publics ciblés :
collégiens et lycéens.

Cette exposition présente les enjeux du développement durable et la manière de concevoir le développement. Elle l'illustre d'exemples à travers le monde où la population et les collectivités ont mis en oeuvre des actions concrètes.





Produit par Frères des Hommes - CIIP (1998).



15 panneaux 60 x 80 cm :
13 panneaux de photographies,
2 panneaux de présentation.



Publics ciblés :
lycéens et adultes.



SEBASTIAO SALGADO
MOVIMENTO DOS SEM TERRA

Remarque : utilisable malgré son âge.

Cette exposition présente des clichés du photographe franco-brésilien Sébastiao SALGADO. Photographies en noir et blanc. Un panneau explique le cadre de cette exposition : la lutte du peuple paysan dans l'état brésilien de Para et la sauvage répression qui s'en est suivie.



Produit par OrcaDES (1989).

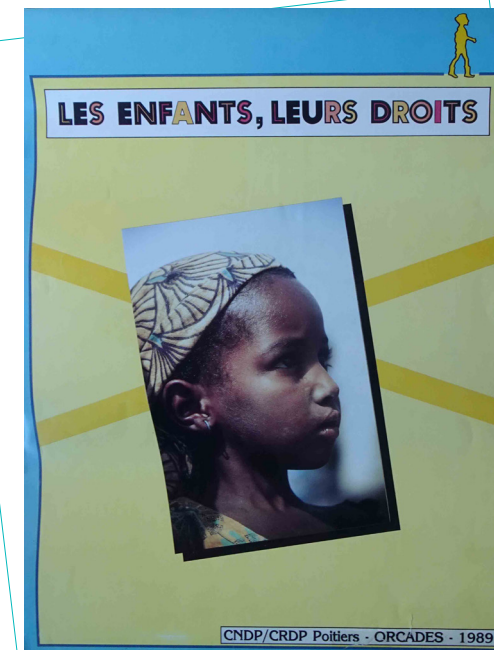


- 15 panneaux 60 x 80 cm :**
- 1 : Les enfants, leurs droits.
 - 2 : Ces droits ont une histoire.
 - 3 : Bande dessinée.
 - 4 : La santé pour se développer.
 - 5 : L'école pour construire l'avenir.
 - 6 : Nutrition : d'abord l'équilibre.
 - 7 : Bande dessinée.
 - 8 : Vivre en bidonville.
 - 9 : Un réfugié sur deux est un enfant.
 - 10 : 150 millions d'enfants travailleurs.
 - 11 : Bande dessinée.
 - 12 : Etre « comme les autres ».
 - 13 : Tous semblables et... différents.
 - 14 : « Mon corps, c'est mon corps ».
 - 15 : Pour tous les enfants du monde.



Publics ciblés :
grands du primaire.

Cette exposition offre une approche des réalités vécues par des enfants à travers le monde, que ce soit en matière de nutrition, de scolarisation, de migration, etc. Exposition qui mixte des panneaux de textes - photos et d'autres sous forme de bande dessinée.



NOURRIR LES HOMMES

18



Produit par Agropolis Museum.



10 panneaux 60 x 80 cm :

- 1: Nourrir les hommes.
- 2: Sous nourris, mal nourris, sur nourris.
- 3: À chacun son repas.
- 4: Du champ à l'assiette.
- 5: Côté cuisines.
- 6: Du soleil plein l'estomac.
- 7: Bien manger c'est la santé.
- 8: Vaincre la faim ensemble.
- 9: Manières de table.
- 10: Agricultures du monde.



Publics ciblés :
primaire et collégiens.



Remarque : utilisable mais support vieillissant.

Vaincre la faim ? Interroger les habitudes alimentaires.

FLAGRANT DÉLIT DE SOLIDARITÉ

19



Produit par coordination iséroise des sans papiers (2015).



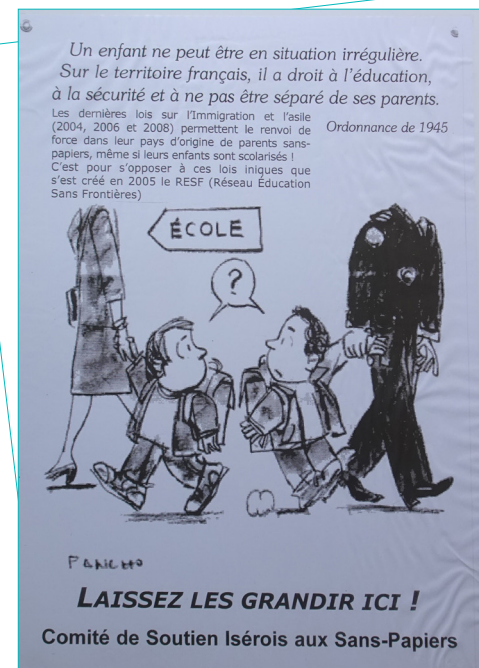
14 panneaux 70 x 100 cm
+ 5 panneaux de photos de parrains et filleuls (indépendants) :

- 1: C'est quoi le droit d'asile ?
- 2: L'hébergement des demandeurs d'asile : la honte !
- 3: Les centres de rétention : la honte de la République.
- 4: Paroles de demandeurs d'asile.
- 5: Paroles de parrains et de filleuls.
- 6: Les enfants.
- 7: Non à la chasse aux sans papiers ! Résistons !
- 8: Coordinations iséroises de soutien aux sans papiers.



Publics ciblés :
adultes.

Réalité des demandeurs d'asile en Isère



ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE SOLIDARITÉ INTERNATIONALE



Produit par Ritimo, Okarima, Cress... (2016).



7 panneaux 60 x 80 cm :

- 1: Un autre monde est possible.
- 2: Ici – Là-bas.
- 3: Le travail n'est pas une marchandise.
- 4: Des projets au service des droits humains et de l'environnement.
- 5: Financer et échanger autrement.
- 6: Et en France ?
- 7: Comment dans nos choix de consommation pouvons-nous participer à une transformation globale de notre société ?



Publics ciblés : collégiens et lycéens.

Comment dans nos choix de consommation pouvons-nous participer à une transformation globale de notre société ?

Et aussi, partout dans le monde, les consommateurs et consommateurs font de grandes et courageuses actions sociales et écologiques de leurs achats.

Ils sont aussi de plus en plus vigilants sur leur alimentation et exigent de l'écartier le plus possible de la grande distribution, y compris à leur yeux de bien des maux de la mondialisation :

- Importations toujours d'énergie sociale et d'impact négatif
- malbouffe
- Transports énergivores
- perte d'emplois locaux...

COMMERCE ÉQUITABLE (le triomphe du monde...)

C'est à partir des années 1970 que l'essor des boutiques de Commerce Équitable dans les pays occidentaux (Magasin Général de France, Magoles du Monde, Étape et Suisi, Perle du Monde (France), Le Commerce Équitable permet aux producteurs, artisans ou paysans de vendre directement de leur France et de financer des initiatives commerciales sur le marché de France.

De plus, ces organisations sensibilisent les consommateurs aux pratiques commerciales du commerce international, souvent peu respectueuses des droits des producteurs, et font la promotion d'un mode de consommation responsable et citoyen.

TEKEL (Japon), FOOD GILOS (Suisse), MAMP (France)...

Dans les années 1970, l'achat direct des produits dans les fermes ou le jour au marché, les ateliers de cuisine, inspirés de la présence de produits dans les aliments, se sont regroupés pour former des commandes de fait que de légumes biologiques aux fermes. Après Tekel, ces ateliers d'achat directs regroupent aujourd'hui un large panel de produits.

Les Tekel ont ensuite fait le tour de la planète. Dans les années 2000, un réseau d'achat local est né en Europe : CDE (CDE de la Gasp (Les Sables), Groupe de soutien solidaire (Les Sables), Bourg (Les Sables), Bretagne des Paysages, et les Sables de la Vallée, en Bretagne, au Maroc, en Inde, en Chine, au Danemark, aux Pays-Bas...

PIRE SLOPE FOOD COOP (BESSE)

Tout en ayant un prix juste aux fermes (souvent), cette coopérative alimentaire propose aux clients un accès à des produits biologiques, le plaisir du temps, l'expérience de l'achat et le plaisir de faire du commerce équitable.

- Le marges réalisées à la vente par la coopérative est inférieur de 20% contre 30 à 50% dans un supermarché classique.
- Ces prix les rendent possibles car chaque membre de la coopérative contribue à y travailler bénévolement 2000 par mois. 75% du travail est bénévole. Tous les salariés, les bénévoles, les personnes qui dépendent du magasin, qui ont travaillé et vendent les produits alimentaires, qui nettoient le magasin et qui réceptionnent les livraisons sont des bénévoles.

De manière commune à faire le tour de la planète, En France, quelques parisiens-mes s'en sont inspirés et ont créé **Le Louve!**

MONDIALISER LES DROITS HUMAINS AU TRAVAIL



Produit par Collectif éthique sur l'étiquette (2018).



6 panneaux 60 x 80 cm :

- 1: Du Nord... au Sud... au Nord.
- 2: Dans l'enfer des ateliers de misère.
- 3: Et pourtant... des droits existent.
- 4: Une responsabilité pour les entreprises.
- 5: Droit de savoir pour mieux choisir.
- 6: Pour des produits made in droits de l'homme...



Publics ciblés : collégiens, lycéens, adultes.

La mondialisation entraîne davantage d'échanges entre les pays, à tous les niveaux.

Elle engendre aussi une plus grande division des tâches : pour un jean vendu en France, le tissu peut être produit en Chine, les boutons au Bangladesh, l'assemblage fait en Thaïlande, le conception et la promotion réalisées aux États-Unis, etc.

Au fil des phases de la production, les vêtements, les articles de sport, les jouets ou l'électronique et la plupart des biens de consommation courante, effectuent ainsi de nombreux voyages avant d'arriver dans nos magasins. Consommer et, ils sont produits dans les pays où les salaires sont beaucoup plus faibles et la main d'œuvre plus flexible.

En bout de chaîne, ce sont les ouvriers des usines des fournisseurs et sous-traitants qui font les frais de la concurrence effrénée que se font les entreprises, marges et distributeurs sur les prix. Plus vite, cette pression se traduit par des conditions de travail déplorables.

Pour un produit aussi simple qu'un jean, les voyages sont nombreux !

LES 8 ÉTAPES DE PRODUCTION D'UN JEAN

DU NORD AU SUD... ..AU NORD

1. Conception et promotion
2. Promotion
3. Conception et promotion
4. Promotion
5. Promotion
6. Promotion
7. Promotion
8. Promotion

ENFANTS DES RUES ENFANTS NON RECONNUS ENFANTS SANS DROITS

**ENFANTS DES RUES – ENFANTS NON RECONNUS
ENFANTS SANS DROITS**

La Convention des droits de l'enfant est adoptée par l'ONU en 1989 et ratifiée dans les années suivantes par beaucoup de pays. « Les États parties reconnaissent le droit de tout enfant à un niveau de vie suffisant pour permettre son développement physique, mental, spirituel, moral et social. » « Les États parties adoptent les mesures appropriées [...], offrent en cas de besoin une assistance matérielle et des programmes d'appui, notamment en ce qui concerne l'alimentation, le vêtement et le logement » (art. 27)

POURQUOI ?

Aujourd'hui dans de nombreux pays, les droits de l'enfant sont ignorés voire bafoués.

"En fait, on peut manger ou travailler dans la rue sans être un enfant de la rue. C'est le fait de coucher dans la rue qui confère l'identité d'enfant de la rue."



Les enfants que l'on désigne sous le terme "enfants des rues" ne sont pas nés dans la rue. Des millions d'entre eux vont travailler dans les rues et pour beaucoup c'est leur lieu de vie. Leur nombre ne cesse d'augmenter.

Qui sont ces enfants ? des garçons, des filles,



Produit par CIIP.



2 panneaux 60 x 80 cm :

- 1 : Pourquoi des enfants des rues ?
- 2 : Des vies en danger permanent.



Publics ciblés :
grands du primaire et collégiens.

Remarque : à utiliser en complément d'une autre exposition.

Ces deux panneaux présentent les dangers qui guettent certains enfants : l'extrême pauvreté, les violences, le travail précoce, etc. Ils peuvent s'associer à l'exposition « les enfants, leurs droits » P.17

LES MIGRATIONS POUR VIVRE ENSEMBLE



Produit par CCFD, Ritimo, Cimade (2015).



10 panneaux 60 x 80 cm :

- 1 : Demain le monde.
- 2 : Les migrations font le monde.
- 3 : Pourquoi devient-on migrant ?
- 4 : Où vont les migrants ?
- 5 : Migrer : un droit pour tous.
- 6 : Vivre en exil.
- 7 : France terre d'immigration.
- 8 : Une chance pour le pays d'accueil.
- 9 : Actifs ici et là-bas.
- 10 : Les migrations pour vivre ensemble.



Publics ciblés :
collégiens, lycéens et adultes.

**DES MIGRATIONS, PAS DES INVASIONS...
DES IMMIGRÉS, RAREMENT DES ÉTRANGERS...**

Une migration est un déplacement vers une autre région ou un autre pays pour y vivre plus ou moins longtemps, voire définitivement.


Un migrant est une personne qui quitte l'endroit où elle vit pour aller s'installer dans une autre région ou un autre pays.

Le migrant est un immigré dans le pays d'accueil. Il est un émigré pour ceux qui sont restés dans son pays d'origine.

Un étranger est une personne qui n'a pas la nationalité du pays où elle habite. Un immigré qui obtient la nationalité du pays d'accueil n'est plus un étranger.

Un réfugié a fui son pays où il était en danger pour demander l'asile, c'est-à-dire une protection.

Demain le monde **Les MIGRATIONS** POUR VIVRE ENSEMBLE



Cette exposition appelle à la prise de conscience et au débat sur les migrations internationales : historique, causes, migrations sud-sud, déplacements de population, citoyenneté, apports et échanges culturels, etc.

[LA BANANE À TOUT PRIX !]



Produit par Peuples Solidaires (2015).



10 panneaux 60 x 80 cm :

- 1: La banane à tout prix !
- 2: Le fruit de l'histoire.
- 3: Qui produit, qui consomme ?
- 4: Les multinationales de la banane.
- 5: Grandes exploitations : l'exploitation au travail.
- 6: Droits de l'Homme en danger.
- 7: Une culture à haut risque ?
- 8: Commerce injuste et inégal.
- 9: Banane : le juste prix.
- 10: Agir.



Publics ciblés :
collégiens, lycéens,
et adultes



[LA SANTÉ POUR TOUS]



Produit par Ritimo (2012).

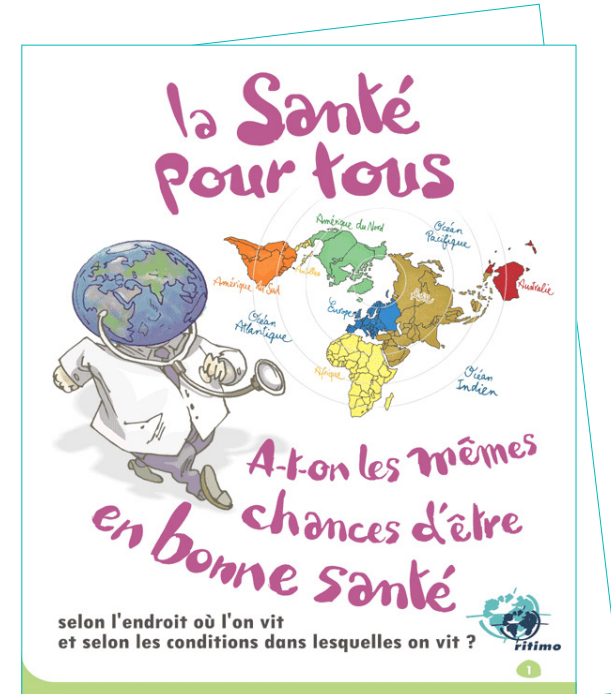


8 panneaux 60 x 80 cm :

- 1: A-t-on les mêmes chances d'être en bonne santé ?
- 2: Se nourrir.
- 3: Accès à l'eau potable.
- 4: Des maladies graves.
- 5: Sida.
- 6: Les OMD et la santé.
- 7: S'engager pour l'accès de tous à la santé.
- 8: La santé.



Publics ciblés :
collégiens, lycéens
et adultes.



À travers l'exemple de la banane, cette exposition invite à un voyage au cœur du commerce international et interroge sur la provenance de ce fruit exotique de sa production à sa commercialisation.

Cette exposition fait découvrir l'inégalité devant la santé ici et à travers le monde, qui résulte souvent de l'inégalité devant les droits fondamentaux.

ALTERMONDIALISTE, MOI ?



Produit par Ritimo (2008).



9 panneaux 55 x 75 cm :

- 1: Il était une fois la mondialisation.
- 2: Un monde qui ne tourne plus tout à fait rond...
- 3: La mondialisation brade les droits.
- 4: FMI, Banque mondiale
- 5: La multinationale à responsabiliser !
- 6: Consommation, croissance, profit.
- 7: L'altermondialisme, c'est quoi ?
- 8: Faut pas avoir honte de consommer équitable.
- 9: Bien s'informer, c'est une forme de solidarité.



Publics ciblés :
collégiens, lycéens
et adultes.



URGENCE CLIMATIQUE



Produit par
Réseau action climat (2015).



5 panneaux 80 x 120 cm :

- 1: Des idées pour s'adapter.
- 2: Le climat se modifie.
- 3: Les impacts dans le monde.
- 4: Les impacts en France.
- 5: Réduire nos impacts sur le climat.



Publics ciblés :
collégiens, lycéens
et adultes.

LE CLIMAT SE MODIFIE

Le consensus se crée que le développement climatique agit le plus vite ! Tu crois ?

La Terre se réchauffe à cause de l'augmentation des émissions de gaz à effet de serre dans l'atmosphère.

L'effet de serre est à l'origine un phénomène naturel. Mais les émissions des gaz à effet de serre, liées aux activités humaines, accentuent le phénomène et provoquent la hausse des températures.

-0,85°C
C'est l'augmentation de la température moyenne de la Terre depuis 1850.

Les températures augmentent régulièrement depuis le début du XX^e siècle, ce qui déséquilibre le climat

Anomalies observées des températures moyennes annuelles (1850-2012)

Évolution possible des températures à la fin du XXI^e siècle

Si on ne fait rien (scénario RCP8.5 du GIEC), les températures pourraient augmenter en moyenne de 4,1°C. Mais l'évolution ne sera pas homogène : les continents se réchaufferont plus vite que les océans.

Le niveau des mers s'élève à cause de :

- La fonte des glaces terrestres qui s'écoulent jusque dans la mer.
- La dilatation thermique : l'eau prend plus de place en se réchauffant.

Quelles glaces fondent ?

- Les glaces terrestres (glacières de montagne, calottes glaciaires recouvrant le Groenland et l'Antarctique, les sols gelés) et la neige qui recouvre certaines régions.
- Les glaces d'eau de mer flottantes (banquises).

-1,7°C
C'est la hausse de la température moyenne de la Terre à la fin du XXI^e siècle (scénario RCP8.5 du GIEC).

réseau action climat

S'habiller, se nourrir, s'amuser ; qu'on le veuille ou non, chacun de nos actes nous inscrit dans la mondialisation... Mais quelle consommation adoptons-nous ?

Cette exposition pédagogique présente les principaux messages clés en matière de changements climatiques : quels sont les causes, les impacts, et les moyens d'agir.