



QUIZ SUISSE-MONDE



LA SUISSE DANS LE MONDE

- Quelle est la destination de vacances préférée de Madame et Monsieur Suisse ?
☐ L'Espagne ☐ La Chine ☐ L'Allemagne
- Combien de Suissesses et de Suisses résident à l'étranger ?
☐ Env. 600 000 ☐ Env. 200 000 ☐ Env. 100 000
- Lesquelles de ces entreprises suisses sont représentées à l'étranger ?
☐ Nestlé ☐ Coop ☐ Roche ☐ Landi ☐ Migros ☐ Holcim
- Parmi les exportations suisses suivantes, quelle est celle qui génère le plus d'argent ?
☐ Le chocolat ☐ Le fromage ☐ Les produits chimiques
- Quelle somme les étrangers travaillant en Suisse transfèrent-ils dans leur pays d'origine par année ?
☐ Env. 100 milliards de francs ☐ Env. 1 milliard de francs ☐ Env. 10 milliards de francs
- Quelle part du *revenu national brut* (RNB, l'ensemble des revenus d'un pays) la Suisse consacre-t-elle à l'*aide publique au développement* (APD) ?
☐ Entre 0,1 % et 0,2 % ☐ Entre 0,4 % et 0,5 % ☐ Entre 0,7 % et 0,8 %
- Quelle organisation suisse a pour mandat d'intervenir en cas de catastrophe dans un autre pays ?
☐ Les militaires suisses ☐ Le Service suisse des constructions ☐ Le *Corps suisse d'aide humanitaire* (CSA)
- Combien d'ambassades représentent la Suisse à travers le monde ?
☐ 122 ☐ 93 ☐ 54

LE MONDE EN SUISSE

- De quel pays provient le plus grand nombre de touristes visitant la Suisse ?
☐ La Chine ☐ L'Inde ☐ Les Etats-Unis
- Quel est le nombre de personnes étrangères résidant en Suisse ?
☐ 1,7 million ☐ 3,8 millions ☐ 5,2 millions
- Nommez trois produits typiquement suisses qui sont fortement dépendants de l'importation de matières premières étrangères. Argumentez vos réponses.
- Lesquels de ces interprètes font de la musique suisse? Justifiez vos choix.
☐ Paul Mac Bonvin ☐ Martial Berdat & Waatikoro ☐ Glasnost Helvético
☐ Marc Sway ☐ DJ Bobo ☐ Stress
- Quelle part du montant de la gestion de fortune réalisée par la place financière suisse provient de l'étranger ?
☐ 50 % ☐ 10 % ☐ 30 %
- Quelle part de l'argent généré en Suisse provient des exportations de biens et de services ?
☐ Env. 30 % ☐ Env. 50 % ☐ Env. 70 %
- A votre tour, formulez des questions sur le thème: « La Suisse dans le monde – le monde en Suisse ».**

LE PARCOURS D'UN T-SHIRT

Lisez le texte (reconstitué à partir d'éléments réels) et répondez aux questions.

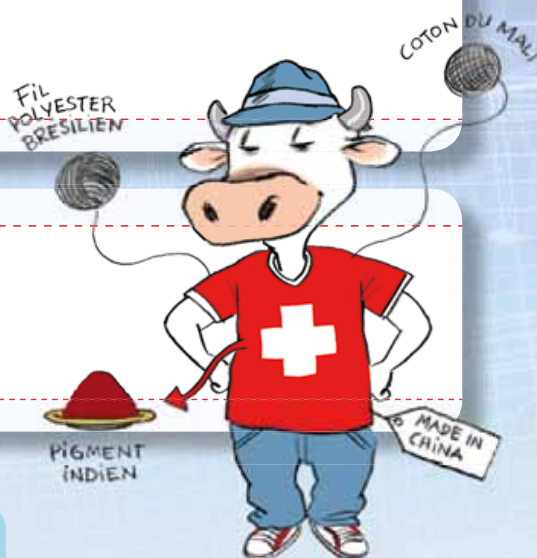
Amin vit au Sénégal. Il travaille dans une plantation de coton où, chaque jour, il cueille du coton qui sera transporté ensuite par bateau jusqu'à Istanbul. Là-bas, ce coton sera filé dans une immense usine de filature. A Taïwan, le fil sera tissé pour obtenir un beau tissu blanc. Pendant ce temps, en Pologne, les colorants textiles sont produits, puis acheminés par camion et par bateau en Tunisie. C'est dans une usine tunisienne que le tissu est teinté et qu'on y imprime l'inscription « I am cool ». Le tissu est ensuite transporté à Sofia où il subit un traitement pour que le futur T-shirt n'ait pas besoin d'être repassé. En Allemagne, un designer dessine le patron du T-shirt qui est envoyé en Chine où 200 couturières sont prêtes à confectionner des T-shirts dernier cri. Les boutons qu'elles utilisent ont été conçus et produits en Espagne. Le T-shirt est maintenant prêt à être mis sur le marché. 1000 pièces ont été acquises par un distributeur américain. Une boutique tendance de Zurich découvre le T-shirt à New York et en achète 100 pièces. A sa grande joie, Silvia qui habite Neuchâtel reçoit de sa mère un de ces T-shirts à l'occasion de son anniversaire. Malheureusement, après une saison, il ne lui plaît plus. Elle décide de le donner à Texaid qui collecte les habits usagés pour les remettre à des organisations actives notamment en Afrique. Dans le village d'Amin, il y a une boutique. C'est là qu'il s'achète un T-shirt portant l'inscription « I am cool ».

QUESTIONS

1. Estimez la distance parcourue par le T-shirt ainsi que par les éléments nécessaires à sa confection.

2. Qu'ont en commun Silvia et Amin ?

3. Silvia est-elle « cool » ou non ? Pourquoi ?



Source : Rivoli, P. (2006): Reisebericht eines T-Shirts – Ein Alltagsprodukt erklärt die Weltwirtschaft. Econ, Berlin.

L'ÉTRANGER ?



A) « TON CHRIST EST JUIF »

Ton Christ est juif
Ta voiture est japonaise
Ta pizza est italienne Ton chianti est italien
Ta démocratie est grecque
Ton café est brésilien
Tes vacances sont turques Tes vacances sont tunisiennes
Tes chiffres sont arabes
Ton écriture est latine
Et tu reproches à ton voisin d'être étranger!



Source : Extrait de la chanson « Ton Christ est juif » de Julos Beaucarne, CD « 20 ans depuis 40 ans », www.julos.be

B) « VOTRE AGENCE DE VOYAGES »



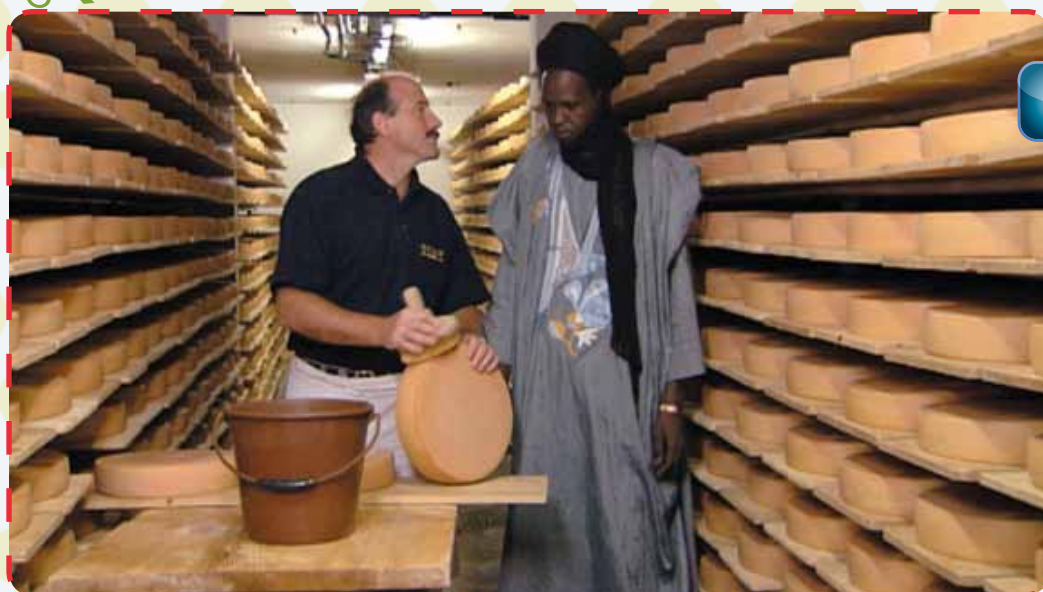
**Nous transformons
des Suisses en étrangers !**

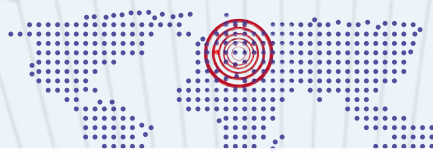
Votre agence de voyages

Source : Aegerter, R. & Nezel, I. (1998) : Medienpaket Rassismus. Eine Gemeinschaftsproduktion des Pestalozzianums Zürich und der Stiftung gegen Rassismus und Antisemitismus respektive der Stiftung für Erziehung zur Toleranz, Zürich.



DU LAIT ET DU FROMAGE





LE LAIT DANS LE MONDE



La coopération entre l'APESS et la DDC (Direction du développement et de la coopération)

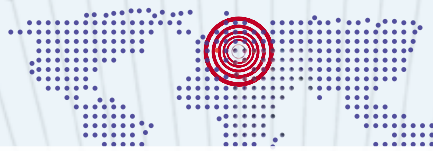
La DDC intervient dans le secteur de l'élevage au Sahel depuis la fin des années 80. Son premier partenaire a été l'APESS (Association pour la promotion de l'élevage au Sahel et en savane). Cette association a été créée en 1989 dans le prolongement d'une recherche autour des cultures fourragères réalisée au Burkina Faso à partir de 1985. Pour des raisons pratiques, l'APESS est une association de droit suisse. Son siège social est à Lucerne, son secrétariat général à Dori, au Burkina Faso.

L'objectif général de l'APESS est de promouvoir un type d'élevage compatible avec la conception qu'ont les éleveurs traditionnels de leur activité, dans ses dimensions non seulement économique mais également sociale, affective et spirituelle, mais aussi avec les exigences d'un contexte en évolution caractérisé par une réduction de l'espace disponible à la suite de l'expansion de l'agriculture et de la croissance démographique. Pour atteindre cet objectif, l'APESS propose aux éleveurs, d'une part, de réduire l'effectif de leurs troupeaux en privilégiant la qualité des animaux et, d'autre part, de sédentariser progressivement l'élevage par l'introduction du fanage et du stockage du foin dans des hangars. Ainsi, la production de lait peut être étendue à toute l'année. L'APESS estime qu'un travail en profondeur sur la culture et la mentalité des éleveurs est nécessaire afin de stimuler l'initiative et l'innovation.

Si la DDC a réussi, dès 1989, à diversifier ses actions dans le domaine de l'élevage, c'est grâce à l'APESS qu'elle a pu le faire, ainsi que grâce aux éleveurs que l'association lui a permis de rencontrer. Dès la seconde moitié des années 90, la DDC a ainsi démarré, dans tous ses pays prioritaires d'Afrique occidentale (sauf au Bénin), des projets spécifiquement agropastoraux et/ou des projets de développement rural centrés sur l'élevage.

La collaboration avec l'APESS s'inscrit dans le cadre de la décision prise par son comité exécutif de créer des centres régionaux pour mieux relayer les idées et les activités de l'association sur le terrain. Cette collaboration se base donc aujourd'hui sur des appuis directs de la *Direction du développement et de la coopération (DDC)* aux centres régionaux de formation du Cameroun (dès 1996) et du Sénégal (dès 2002). La décision de la DDC de poursuivre le partenariat avec l'APESS se fonde d'une part sur la conviction que l'élevage est un enjeu majeur pour l'Afrique occidentale et, d'autre part, sur le fait que l'APESS est actuellement la seule organisation d'éleveurs d'envergure régionale ayant tissé un précieux réseau de relations et d'échanges qu'il s'agit de sauvegarder. On peut considérer ce partenariat comme un succès dans la mesure où il a effectivement permis d'assurer une assise à une organisation d'éleveurs d'envergure régionale dont les réalisations sont significatives.





LE LAIT DANS LE MONDE



« Depuis que nous collaborons avec Faso Kosam, notre travail s'est amélioré. Ils viennent chaque jour prendre le lait, et chaque quinzaine, ils nous versent l'argent. Ça, c'est une bonne chose. Avec cet argent, nous achetons des habits et des condiments, nous habillons nos enfants et payons leurs frais d'écolage. Nous payons tout ce dont nous avons besoin avec l'argent que nous verse la laiterie de Faso Kosam. C'est vraiment un avantage. Nous n'avons ni économies, ni d'autres sources de revenus. Pendant la saison sèche, nous ne gagnons pas suffisamment d'argent. Auparavant, pendant la saison sèche, toutes les vaches partaient en transhumance. Il n'y avait pas de lait. Mais, depuis que nous travaillons avec Faso Kosam, nous avons presque la même quantité de lait en saison sèche qu'en saison des pluies. Comme nous avons l'argent pour acheter du fourrage pour le bétail, nous avons du lait pour notre consommation et pour la vente. C'est un grand avantage. »

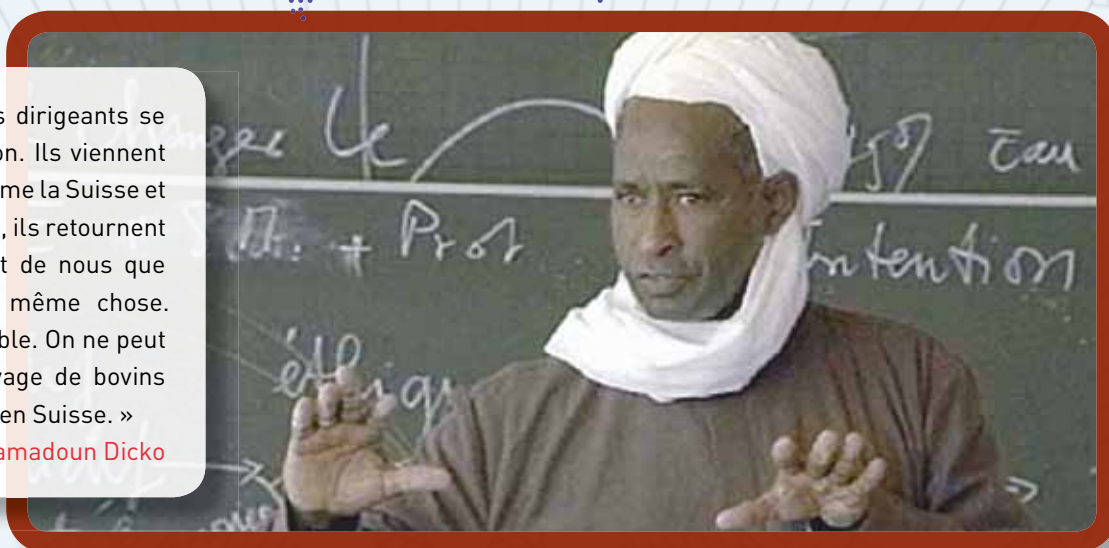
*Les femmes de Faso Kosam – un centre de ramassage du lait
(«Faso» signifie territoire et «Kosam» signifie lait.)*





« C'est ici que nos dirigeants se forgent leur opinion. Ils viennent dans des pays comme la Suisse et observent. Ensuite, ils retournent au pays et exigent de nous que nous fassions la même chose. Mais c'est impossible. On ne peut pas gérer un élevage de bovins chez nous comme en Suisse. »

Hamadoun Dicko

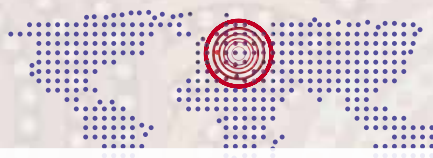


Ueli Hurter: « Actuellement, les paysans bio manifestent une certaine aversion fondamentale face aux taureaux reproducteurs. Le plus souvent ces derniers ont dans leur ascendance des bêtes qui ont subi l'insémination artificielle ou des transferts d'embryons. Je trouve que c'est faux, car ces bêtes ont été élevées dans des conditions qui impliquent un affouragement intensif avec un dérivé du soja génétiquement modifié. Si nous voulons être cohérents avec nos principes, nous devons refuser ces pratiques. »

Hamadoun Dicko: « Lorsque l'homme modifie quelque chose que Dieu a créé, il court le risque que les conséquences lui échappent. C'est pourquoi je crois que vous êtes allés trop loin dans votre développement. Nous ne devrions pas suivre cette voie. »



Source : Neuenschwander, J. (2000/2004) : Film documentaire « Rencontres sur la Voie lactée » et dossier pédagogique. ContainerTV. URL : <http://www.filmeewelt.ch/francais/pagesmov/52013.htm> (6.10.2011).



COUP D'ŒIL DANS MON ARMOIRE À HABITS



Environ la moitié de nos vêtements sont en coton. Chaque année, 20 millions de tonnes de coton sont produites dans quelque 70 pays, avec un fort impact sur l'environnement. En Asie centrale, la surface de la mer d'Aral a diminué de 40 000 km² soit l'équivalent de la surface de la Suisse, parce que son eau a été abondamment utilisée pour la culture du coton. Le plus souvent, il s'agit de monocultures avec une forte utilisation de pesticides qui polluent l'eau et le sol.

La moitié du coton provient de la Chine, des Etats-Unis et des républiques d'Asie centrale. Ces pays fournissent les 90 % de la récolte mondiale avec l'Inde, le Pakistan, l'Australie, le Brésil, la Turquie, l'Egypte et les pays africains: Mali, Côte d'Ivoire, Burkina Faso, Bénin, Togo, Tchad, Soudan et Cameroun. Comme pour d'autres matières premières, les prix du marché international sont particulièrement fluctuants à court terme et ont tendance à baisser à long terme. Un kilo de coton fibre (coton non transformé) qui coûtait 3,14 dollars en 1960 ne valait plus qu'un dollar en 2003. Winterthour est la capitale discrète de l'« or blanc »; les sociétés Paul Reinhart AG et Volcot AG qui comptent parmi les plus grands négociants en coton du monde y ont leur siège.

Un réseau international de répartition du travail marque le marché des vêtements et des textiles. Nos vêtements sont, pour la plupart, confectionnés à l'étranger, surtout en Asie. Cette production donne lieu à une concurrence impitoyable entre les pays en développement.

Ce sont généralement de jeunes femmes entre 14 et 25 ans qui prennent place derrière les machines à coudre pour des salaires dérisoires. La Bangladaise Farida Akhter estime « qu'au Bangladesh 1,5 million de femmes travaillent dans le secteur de l'habillement à des conditions de misère, soit pour moins d'un dollar par jour, sans vacances, sans congé maternité ni liberté syndicale. Pourtant, sans ces postes de travail, les conditions de vie des femmes seraient pires encore. Le boycott n'est donc pas la solution, mais il faut plutôt se montrer solidaires. » Dans cet esprit, des organisations d'entraide ont lancé la campagne Clean Clothes afin que les consommateurs et les consommatrices puissent exiger d'une seule voix des conditions de travail équitables (voir www.cleanclothes.ch).

La consommation de vêtements en Suisse, qui représente en moyenne 15 kilos par année et par personne, est la plus importante au monde. Ce poids correspond environ à un manteau d'hiver, une veste, 5 pantalons ou jupes, 4 pull-overs ou sweat-shirts, 8 blouses ou chemises, 6 T-shirts, 10 sets de sous-vêtements, 10 paires de chaussettes et 2 robes ou complets. La consommation est certes croissante, cependant, la part des dépenses dévolues au textile est en diminution. Cela s'explique, d'une part, par les salaires helvétiques en hausse et, d'autre part, par la baisse des prix des textiles. Chaque année, un ménage dépense pour son habillement environ 1940 francs, ce qui représente 3 % du total de ses dépenses.

Source: Gerster, R. (2005): Mondialisation et équité. LEP, Lausanne.



QUESTIONS

1. En quoi notre consommation de vêtements a-t-elle des conséquences sur l'environnement ?

2. Quels pays sont les plus gros producteurs de coton au monde ?

3. Quel rôle la Suisse joue-t-elle dans le commerce du coton ?

4. Quelles sont, le plus souvent, les conditions de travail dans l'industrie cotonnière ? Pourquoi ? Comment la situation pourrait-elle être améliorée ?

5. Le boycott des produits en coton apporte-t-il un avantage ? Pourquoi (pas) ?

6. En ce qui concerne votre habillement, qu'est-ce qui est important pour vous ? Combien dépensez-vous par année pour les vêtements ?

7. Quelle contribution pouvez-vous personnellement apporter pour améliorer l'environnement et les conditions de travail en lien avec l'industrie cotonnière ?