Bananes Nica : la solidarité qui passe par le palais

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **24 (1987)**

Heft 870

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1019732

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

DP 852 avait signalé le Festival de films publicitaires primés à un concours mondial et passés en spectacle payant pendant quelques semaines à Zurich. Les Bernois ont à leur tour fait un triomphe à ces films bourrés de gags et de trouvailles: cinq semaines à l'affiche.

Il est encore temps de signaler la parution du nouveau *Quotidien de la Côte*, version améliorée du tri-hebdomadaire l'*Ouest lémanique*. Si l'accent reste porté sur l'actualité locale et régionale, on y trouve également l'essentiel des nouvelles suisses et internationales.

MEDIAS

Les imprimeries Moderne SA et Beeger SA de Sion publient, outre le *Nouvelliste et Feuille d'Avis du Valais*, une vingtaine de titres, dont plusieurs vaudois: *Echo de la Montagne* (Le Sépey), *Messager des Alpes* (Aigle), *Journal de Bex*, *Riviera News* (Montreux), *Région 6* (ouest lausannois).

Une imprimerie du groupe Ringier va être construite à Hong Kong en collaboration avec une entreprise asiatique.

L'aide à la presse peut prendre diverses formes. La commune d'Illnau-Effretikon propose au parlement communal de voter un crédit de 73 000 fr. par année comme contribution à une entreprise privée qui prévoit de lancer un nouvel hebdomadaire local.

TIERS-MONDE

Pour ne pas voyager idiot

■ (*mam*) Malgré la canicule, il se trouvera tout de même quelques enragés pour partir au loin chercher le soleil!
Parue juste avant le (premier) retour des beaux jours, la brochure *Vacances dans le tiers-monde* (1) constitue une lecture utile pour tous ceux qui refusent de "bronzer idiot" et ne résument pas ces quelques semaines de débrayage à la formule "Sea, Sex and Sun" (puisqu'il paraît qu'il y a aussi des gens qui se rendent sous les tropiques pour *ça*).
Présenté dans les années soixante comme le moteur du développement pour les pays pauvres, le tourisme aujourd'hui pose souvent plus de problèmes qu'il n'en résout. Les capitaux investis dégagent des bénéfices qui profitent surtout aux élites locales, quand ils ne sont pas simplement rapatriés au Nord; les infrastructures destinées aux vacanciers mobilisent des ressources rares dont les pays hôtes auraient besoin pour d'autres usages; l'arrivée en masse de touristes souvent peu respectueux des coutumes locales ne favorise pas les échanges et peut avoir une influence néfaste sur le mode de vie des populations (que l'on pense par exemple à tous les jeunes Népalais "accrochés" à la morphine ou à l'héroïne, drogues pour touristes, importées et commercialisées par les Occidentaux).
Quant aux voyages "alternatifs", ils le sont plus pour les touristes que pour ceux qui les accueillent.
La situation est grave dans la mesure où, même conscient de ces problèmes, chacun d'entre nous a tendance à se muer pendant trois semaines par année en un consommateur de détente. Ne l'avons-nous pas bien mérité? Qui serait réellement prêt à passer ses vacances dans une mission de coopération technique ou chez Mère Thérésa à Calcutta?
Ce type de démarche serait pourtant parmi les seules formes de tourisme que l'on puisse véritablement qualifier d'alternatif.
A lire avant de partir au soleil.

(1) éditée par le Groupe tourisme et développement – Le Devant – 1350 Orbe.

BANANES NICA

La solidarité qui passe par le palais

■ Lancée en mars 86, la campagne bananes Nica continue de donner des résultats modestes, mais jugés satisfaisants par ses animateurs.

Avant 1985, les Etats-Unis représentaient le principal acheteur de bananes nicaraguayennes. Depuis l'embargo décidé par l'administration Reagan, le pays cherche de nouveaux débouchés. Tâche difficile: le commerce mondial de la banane étant contrôlé à 63% par trois géants: United Brand (Chiquita), Castle and Cook (Standard fruit) et Del Monte.
Vendue actuellement lors de manifestations, dans la plupart des épiceries ainsi que dans les Magasins du monde, la "Nica" peut revendiquer fièrement le titre de "seule banane vendue en Europe qui ne soit pas commercialisée par une multinationale"
Le Groupe romand banane Nica (1) souligne le cas particulier que constituent les "républiques bananières" par rapport aux autres pays producteurs de denrées "coloniales". Considérée chez nous comme un dessert, la banane est avant tout un légume qui se mange cru, cuit, frit ou grillé ou que l'on transforme en alcool. Contrairement au thé ou au café, ce n'est donc pas typiquement une marchandise d'exportation: 28% seulement de la production mondiale de bananes fait l'objet d'échanges internationaux.

A noter que dans le cas de la "Nica", 6,7% du prix payé par le consommateur suisse revient au producteur, cette marge incluant un "supplément de solidarité". Géré par les Magasins du monde, cet argent sert à financer un programme d'amélioration des conditions de travail et de santé dans les plantations.
Et ce qui ne gâche rien, la Nica est savoureuse au palais.

(1) Groupe romand banane Nica, D. Prost – 16, rue des Chaudronniers – 1204 Genève