

Campagne « une pomme pour Belrad »



Vente de pommes
au profit de l'Institut Belrad

Sauvez les enfants de Tchernobyl
Genève, 2023

Le 26 avril dernier, pour la commémoration du 38^e anniversaire de Tchernobyl, Enfants de Tchernobyl Belarus a lancé l'opération « une Pomme pour Belrad ». Cette campagne consiste à vendre des pommes à l'unité (2 €) au profit de l'Institut Belrad. Une action simple à réaliser : il suffit d'une table, d'une corbeille avec des pommes, et de quelques tracts. Elle peut être portée aussi bien par un collectif que par quelques personnes motivées.

Les volontaires qui veulent tenir un stand – on dira « ambassadeurs » ou « vigies » – ont dors-et-déjà à leur disposition des documents à télécharger et imprimer soi-même (lien ci-dessous) : une carte couleur avec logo de campagne à plier en deux, qui fait office de présentoir (son visuel sera bientôt revu), et des tracts à plier en deux selon le principe de la carte-présentoir.

Ces tracts d'information, qui doivent être donnés avec les pommes, apportent une information indispensable sur les conséquences sanitaires de Tchernobyl, documentée par Belrad. Ils permettent de soutenir l'institut, de s'abonner au bulletin trimestriel d'ETB, d'adhérer ou de faire un don. Les tracts donnent aussi le mode d'emploi à qui voudrait relayer à son tour la campagne.

L'institut Belrad, dernier laboratoire indépendant de radioprotection au Belarus, ne peut en effet compter que sur les appuis extérieurs pour assurer ses frais de fonctionnement et ses salaires*, sans quoi l'institut disparaîtrait – et avec lui les précieuses informations qu'il collecte sur l'état sanitaire et environnemental du pays le plus impacté par la catastrophe de Tchernobyl, et les témoignages et retours d'expérience sur la gestion qui en a été faite par les institutions internationales inféodées au nucléaire.

L'intérêt de la campagne « Une pomme pour Belrad » est de :

- donner l'opportunité d'aller au devant des gens et sortir de l'entre-soi ;
- favoriser la rencontre, la discussion et le partage d'information avec un public large ;
- sensibiliser et participer au financement de Belrad par une contribution symbolique ;
- offrir la possibilité de soutenir Belrad à travers l'argumentaire développé dans le tract ;
- expliquer les mensonges de l'OMS et consorts sur les conséquences de Tchernobyl** ;
- mettre en avant les conséquences d'un accident majeur et les dangers du nucléaire ;
- permettre au mouvement antinucléaire de renouveler son public et élargir son audience.

Nous proposerons également de fournir à ceux qui le souhaitent, des kits avec des tracts et présentoirs déjà imprimés, un système de dépôt-vente avec une sélection d'ouvrages sur Belrad, un journal pour donner des échos de la campagne et partager les données de Belrad – afin de maintenir et renouveler l'intérêt et l'information des gens. Des documents d'informations sont également proposés dans un espace-ressource. Une charte sera ultérieurement établie pour donner des indications de bon fonctionnement, recueillir des photos et témoignages des stands.

Le succès de la campagne réside dans la diffusion de la proposition et l'appropriation qui en sera faite. Elle peut se déployer au delà des groupes, tout le monde pouvant s'en emparer. Il faut pour cela que les groupes et réseaux diffusent l'idée auprès de leurs adhérents ou contacts – leur engagement antinucléaire trouverait ainsi un vecteur d'expression.

Pour renouveler l'engagement antinucléaire et pallier à l'érosion des militants, cette proposition donne l'occasion d'aller vers les gens, individuellement, modestement, pour discuter, informer et, nous espérons, convaincre – et nous pensons qu'un grand nombre de personnes est opposé au nucléaire, et cherche à l'exprimer autrement qu'en manifestant.

La campagne est conçue pour être virale : le document donné avec la pomme contient son propre mode d'emploi. Il peut même être diffusé indépendamment de la vente de pommes. En libre téléchargement, chacun peut à son tour tenir un stand au profit de Belrad, et ainsi multiplier les présences et les retombées de l'action. Il ne tient qu'à vous de la relayer personnellement, auprès de vos proches ou au-delà. Elle évoluera au fur et à mesure de son développement (comme un arbre qui pousse).

Enfants de Tchernobyl Belarus

<<https://enfants-tchernobyl-belarus.org>> – <etb@enfants-tchernobyl-belarus.org>
(contact pour la campagne : 06 46 41 08 11)



La campagne est présentée ici :

<<http://lesproduitsdujardin.fr/panier/pomme>>

Et le tract à diffuser est à télécharger ici :

<<http://lesproduitsdujardin.fr/panier/pomme/une-Pomme-pour-Belrad-tract.pdf>>

* – Belrad a un budget annuel de fonctionnement de 250.000 € (matériel, déplacements, énergie, salaires et taxes), et ETB couvre à lui seul à 80 % de ces frais (ce qui représente plus de 500 € par jour). Les fonds propres d'ETB, principalement constitués par le legs d'un militant historique, s'épuisent, et ETB ne peut compter que sur les ventes et les dons des particuliers et des associations.

** – cf. le livre d'Yves Lenoir, « L'OMS et les dégâts des radiations » <<http://lesproduitsdujardin.fr/livrets/Lenoir-OMS>>

*** – un nouveau visuel de campagne sera bientôt présenté, et une charte d'Ambassadeur de Belrad sera proposée.