

Travail de maturité

2020-2022

Optimistes De Demain



et

1.	Introduction	3
	1.1 Idées et motivations	3
	1.2 Problématique	3
	1.3 But	4
2.	Développement durable	4
	2.1 L'ONU et les 17 ODD	4
	2.2 L'écoblanchiment	6
3.	Développement	6
	3.1 Le choix d'un titre	6
	3.2 Réalisation des articles	6
	3.2.1 Critères de sélection des projets	6
	3.2.2 Recherche des projets	7
	3.2.3 Interviews	8
	3.2.4 Écriture	8
	3.3 InDesign	10
	3.3.1 Choix du logiciel	10
	3.3.2 Apprentissage	11
	3.3.3 Choix graphiques	12
	3.4 Impression, coûts et vente	16
4.	Difficultés	17
	4.1 Communication	17
	4.2 Clarté des articles	17
	4.3 Variété des articles	18
	4.4 Graphisme	18
5.	Conclusion	19
6.	Bilans personnels	20
	6.1  	20
	6.2  	21
7.	Bibliographie	22
8.	Annexes	24
	8.1 Remerciements	24
	8.2 Article Altera Vita (non retenu)	24
	8.3 Heures de travail	25

1. Introduction

1.1 Idées et motivations

Nous avons l'habitude de discuter du monde et de ses failles lorsque nous nous promenons le soir vers chez nous. Un soir, pendant une de ces balades, nous discutons de comment nous pourrions apporter de l'espoir et améliorer notre propre vision du monde. La question restant sans réponse sur le moment, nous nous sommes promis qu'un jour, nous collaborerions sur un projet qui répandrait de l'optimisme quant aux problèmes sociétaux et à l'avenir de notre planète. Ce travail de maturité est le fruit de cette promesse. Nous avons décidé de créer un magazine pour mettre en lumière différents projets qui, selon nous, contribuent à rendre le monde meilleur.

L'idée de ce travail de maturité nous est venue à la suite de la lecture du magazine français *So Good*. Ce dernier a pour but de partager des projets positifs sur divers sujets. On peut par exemple y lire des articles sur l'activiste climatique Xiuhtezcatl Martin, un rappeur américain qui essaye de sensibiliser les gens à l'écologie à travers ses paroles, ou encore un article concernant les efforts d'un certain Monsieur Chen qui se bat pour faire baisser le taux de suicide en Chine.

Cette lecture nous a redonné de l'espoir pendant une période où nous n'en avons presque plus. En effet, en lisant ce magazine en mai 2020, lorsque la crise du Covid nous avait plongé dans une certaine angoisse par rapport au futur de l'humanité, nous avons pu constater que nous n'étions pas seules face à ce sentiment de peur. A notre tour, nous avons eu envie de redonner un peu d'espoir à travers un magazine : un support simple, accessible et actuel.

Contrairement à *So Good*, qui traite des projets internationaux, nous avons décidé de nous limiter à des projets suisses, car ce petit pays compte de nombreuses initiatives qui méritent d'être partagées. Peut-être aussi qu'en donnant de la visibilité aux Suisses, nos lecteurs.rices auront envie de les soutenir des projets locaux ou même de s'engager à leurs côtés.

La richesse et la variété de ces initiatives sont surprenantes. Il fallait donc trouver un moyen de limiter et surtout de cadrer notre sélection, sans trop piétiner notre liberté. Nous avons donc pensé à classer et sélectionner nos projets en fonction des 17 différents objectifs des Nations Unies. Chacun des articles de notre magazine met en évidence un ou plusieurs de ces objectifs.

L'informatique est un autre élément important pour la réalisation de notre magazine. C'est un domaine omniprésent dans notre société, qu'il est nécessaire de maîtriser. Pourtant, nous sommes toutes deux peu à l'aise avec les différents logiciels existants et l'informatique en général. Cela nous a encouragé à nous lancer dans ce projet qui allait nous permettre d'acquérir des nouvelles compétences dont la maîtrise est nécessaire dans un monde où l'informatique devient le moyen de communication principal.

1.2 Problématique

Comment aborder la thématique du développement durable par le biais d'un magazine qui encouragerait ses lecteurs.rices à s'investir et à soutenir des projets locaux afin de les sensibiliser aux 17 objectifs de développement durable ?

Cette problématique implique de nombreuses questions. Les réponses sont apparues au fur et à mesure de l'avancement de notre travail.

- Comment sélectionner les articles ?
- Comment rédiger les articles ?
- Quel titre attribuer à notre magazine ?
- Comment imprimer le magazine et sur quel papier (papier recyclé) ?
- Comment le rendre attrayant ?
- Allons-nous pouvoir distribuer/vendre notre magazine ?

D'autres questionnements et difficultés nous attendent, à l'instar de l'éventualité de ne pas réussir à prendre contact avec les différents acteurs, de ne pas pouvoir les interviewer, ce qui rendrait la rédaction des articles compliquée, voire impossible. Notre potentielle incapacité à progresser en informatique pouvait aussi impacter la réalisation de notre magazine.

1.3 But

Notre objectif est de créer un magazine de A à Z, de la sélection et rédaction des articles à la mise en page du magazine et finalement, d'en faire quelque chose de tangible. Son contenu traite de différents projets développés par des Suisses, qui contribuent à atteindre les 17 objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies pour 2030. Notre choix s'est porté autant sur des projets à buts non lucratifs que lucratifs. En effet, nous pensons que cela ne change rien à l'éthique, tant que nous percevons l'impact positif et l'engagement des personnes derrière ces initiatives.

2. Développement durable

2.1 L'ONU et les 17 ODD

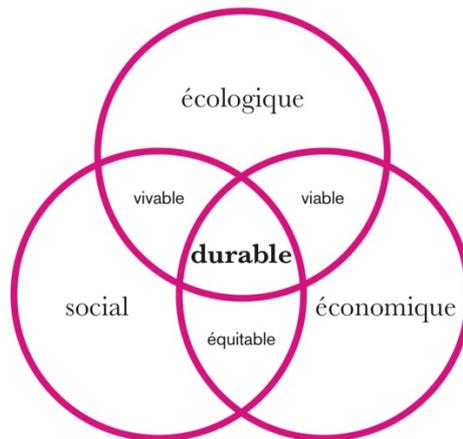
Le développement durable est devenu un mot clé que nous utilisons sans cesse, que nous lisons et entendons partout. Mais que signifie-t-il vraiment ?

Il faut savoir qu'il n'existe aucune définition exacte du développement durable qui soit universellement acceptée, car les avis divergent quant à la notion de durabilité. Nous nous basons sur la définition de l'Organisation des Nations Unies (ONU), datant de 1987, puisque nous avons travaillé avec les 17 objectifs du développement durable de l'ONU :

« Le développement durable, c'est s'efforcer de répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité de satisfaire ceux des générations futures. »
(Brundtland, 1987).¹

En employant le terme « développement » on sous-entend une progression au sein de la société d'un point de vue social ou économique. Le terme « durable » lui, signifie que les choses perdurent avec le temps, que la progression n'est pas éphémère. En rassemblant ces deux mots, on obtient que le « développement durable » équivaut à une amélioration de la société qui tient sur le long terme. Ses fondements sont basés sur le pilier social, écologique et économique et consiste à concilier ces trois derniers afin de créer une société vivable, viable et équitable.

¹Nations Unies, unric.org, <https://unric.org/fr/ressources/lonu-en-bref/le-developpement-durable/>



De nos jours, nos sociétés enfreignent les principes inhérents au développement durable et puisent dans les ressources de notre planète, mettant en danger les générations futures. L'humanité vit à crédit, puisque nous consommons de manière disproportionnée par rapport à ce que la planète est capable de produire. Sans développement durable, nos sociétés sont vouées à l'effondrement.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Nations Unies, « Objectifs de développement durable », 2019, Nations Unies, unric.org, <https://unric.org/fr/developpement-durable>,

Les 17 objectifs du développement durable représentent les ambitions fixées par le programme de développement durable de l'ONU en 2015, pour l'année 2030. Ces 17 objectifs recouvrent diverses problématiques actuelles que l'ONU souhaite améliorer d'ici 2030 : la pauvreté, l'éducation, la lutte contre le réchauffement climatique, l'agriculture, la santé en sont quelques thématiques.

2.2 L'écoblanchiment

De nombreuses entreprises qui prospèrent grâce à la surproduction et l'exploitation essaient de s'adapter à la tendance actuelle, en créant une façade mensongère, afin de profiter de cette mode dite « écolo » et d'en tirer un maximum de bénéfices.

Dans un article fascinant, le Professeur Benoit Cordelier, de l'Université du Québec à Montréal, explique le fonctionnement de cette stratégie de marketing et ses conséquences :

« Le terme *greenwashing* décrit des communications trompeuses, que ce soit des publicités ou tout autre type de communication qui cherche à faire valoir les efforts d'une entreprise à s'engager dans des activités avec une connotation écologique. Les revendications environnementales des annonceurs peuvent être disproportionnées par rapport aux aspects positifs et à la réalité des investissements. Les messages perdent en crédibilité et cela alimente le scepticisme des consommateurs qui ont déjà une relation mitigée avec la communication publicitaire et les relations publiques. »²

En d'autres termes, *l'écoblanchiment/greenwashing* est un type de publicité mensongère. Par ailleurs, les consommateurs peinent à distinguer les initiatives sincères des fausses. En conséquence, cette stratégie participe non seulement à la décrédibilisation des actions honnêtes et des produits véritablement durables, mais selon nous, les empêchent aussi d'assimiler le succès qu'elles méritent, en les relayant au second plan du marché.

3. Développement

3.1 Le choix d'un titre

Choisir un titre accrocheur est capital pour un magazine. Nous avons passé de nombreuses heures consacrées à cette réflexion sans jamais trouver quelque chose qui nous convainquait vraiment. Un jour, nous avons trouvé la formule qui nous définissait et représentait les valeurs ainsi que le contenu de notre sujet. Le fait que le nom *Optimistes De Demain* comporte les mêmes initiales que les objectifs de développement durable de l'ONU (ODD), nous a convaincu du bien-fondé de notre titre. De plus, les *Optimistes De Demain* représentent tous les humains qui œuvrent pour rendre le monde meilleur et durable. Certains de ces individus sont justement présentés dans notre magazine, rendant notre titre encore plus pertinent.

3.2 Réalisation des articles

3.2.1 Critères de sélection des projets

La sélection des projets est cruciale pour réaliser un magazine pertinent, varié et divertissant pour notre lecteur.ice, qui souhaite découvrir de nouvelles initiatives suisses. De plus, il est essentiel de sélectionner des personnes sensibles et impliquées dans le développement durable et dont les projets font progresser les 17 objectifs du développement durable.

²Cordelier, Benoit « Greenwashing ou écoblanchiment : Cadrer la communication environnementale » in *Sens-Dessous*, 26, février 2020, <https://www.cairn.info/revue-sens-dessous-2020-2-page-21.htm>, (consulté le 07.08.2021).

Il est donc indispensable, pour nous, de percevoir le caractère responsable et éthique d'un projet lors de sa sélection. Cependant, distinguer les initiatives authentiques qui contribuent réellement au développement durable de celles qui se servent de cette thématique comme objet de publicité, n'est pas si aisé. Encourager les gestes hypocrites en les exposant dans notre magazine irait totalement à l'encontre de nos valeurs et de notre objectif initial. Afin d'éviter cela, nous avons priorisés les projets dont nous connaissons, directement ou indirectement, un individu qui soit impliqué dans ce dernier. Tel est le cas pour *Rise Haïti*, *Oxili*, *Nomad Lodges* et *Wabisocks*.

Le fait de connaître un ou plusieurs membres du projet, est un gage de confiance et d'authenticité quant à leurs initiatives. Pour l'aspect pratique, cela nous a permis de nous entretenir avec eux par téléphone ou courriels, sans avoir besoin de les rencontrer, ce qui a été un gain de temps non négligeable. *Alles Gut Gemüse Kebab* est le seul article que nous avons rédigé sans connaître un de leurs membres au préalable. Nous ne voulions pas écrire un article sur un restaurant dans lequel nous n'étions jamais allées et dont nous ne connaissions aucun fondateur. C'est pour cette raison que nous avons convenu d'un rendez-vous avec Romain Oggerli, sur son lieu de travail, afin de pouvoir discuter avec lui et se faire notre propre avis sur leurs kebabs et sur leur démarche.

Puisque nous n'avons pas les moyens de rémunérer les personnes qui ont pris le temps de nous rencontrer et/ou de nous répondre, nous souhaitons nous impliquer, d'une autre manière, dans ces projets. C'est pour cette raison que nous avons participé à *Run for Haïti*, une course organisée par Rise Haïti, visant à récolter des fonds pour leur association. Participer ou montrer de l'intérêt envers ces différents projets était un moyen de mieux les comprendre et de remercier leurs créateurs d'avoir pris du temps pour nous.

Quant à nos six coups cœur, ils ont été sélectionnés de manière plus aléatoire. A part *Ou bien encore* et *Une drôle d'histoire dans notre assiette* qui sont tous les deux des projets fondés par des connaissances, les autres nous ont été recommandés, même si certains nous étaient familiers depuis longtemps. C'est le cas de *TooGoodToGo*, une application que [REDACTED] utilise régulièrement, ou alors de *Ranūte* une marque dont nous apprécions les produits. Nous avons entendu parler de *L'Union Maraichère de Genève* grâce à Romain Oggerli (un des fondateurs de *Alles Gut Gemüse Kebab*) qui y achète la plupart des produits pour son fast-food.

En discutant avec les membres de tous les projets, nous avons été frappées par leur enthousiasme à parler de ces derniers et leur envie de partager leur expérience. Durant chaque interview, nous avons ressenti la fierté de nos interlocuteurs à expliquer leurs démarches et leurs objectifs. Cet enthousiasme ne nous inspirait pas seulement confiance, il nous garantissait que ces sujets méritaient leur place dans *Optimistes De Demain*.

Les contacts humains sont un point essentiel lors de la sélection de nos articles et nous ont évité de tomber dans les pièges du *greenwashing*. Finalement, les personnes bien intentionnées sont facilement identifiables. Il suffit de les rencontrer, de s'entretenir avec elles et de suivre son instinct. (Nous sommes assez persuadées que notre cœur a souvent raison et qu'il mérite d'être écouté).

3.2.2 Recherche des projets

Au début de la réalisation de notre magazine, nous pensions écrire sept articles. Nous nous sommes donc lancées dans une importante quête aux projets.

Pour ce faire, nous avons suivi le conseil de Mme Favre, notre professeure de suivi, et avons parcouru le site *anousdejouer.ch*.³ Des centaines de projets romands y sont présentés et nous avons passé plusieurs semaines à sélectionner ceux qui nous intéressaient le plus.

Nous avons ainsi découvert *Alles Gut Gemüse Kebab*, qui figure dans notre magazine, mais aussi *Altéra Vita*, un projet qui nous a interpellé et sur lequel nous avons écrit un article que nous n'avons finalement pas retenu. Certaines personnes, que nous espérions interviewer, n'ont jamais répondu à nos courriels. Cela nous a fortement incité à nous concentrer davantage sur des projets menés par des proches. Par conséquent, nous avons demandé à Nicolas Dietrich, à Théo Tonossi, puis à Marta Ben et en dernier lieu à Pierre André-Kruger s'ils seraient intéressés à l'idée de parler de leur projet pour notre magazine. Avant l'entretien, nous leur avons posé quelques questions, afin de mieux comprendre leur démarche. Il était essentiel de ne pas choisir des initiatives uniquement pour soutenir des proches, mais avant tout pour mettre en avant des sujets réellement intéressants, apportant une plus-value à notre magazine. En fin de parcours, nous sommes réellement convaincues par notre sélection. Cependant, nous regrettons la similitude entre *Wabisocks* et *Oxili*, que nous n'avons pas préalablement remarquée.

3.2.3 Interviews

Nous avons recouru à plusieurs types d'interview : par téléphone, par courriel et en présentiel. Pour les interviews téléphoniques, nous avons enregistré l'appel dans son intégralité, afin de pouvoir retrouver, si besoin, les informations nécessaires.

Malgré les questions préparées à l'avance, bien souvent, nos interlocuteurs.rices répondaient à toutes les questions avant même qu'on ait pu les poser. Nous avons interviewé Pierre-André Kruger par courriel, car il n'a que très rarement du réseau dans la forêt amazonienne. C'était donc plus simple pour lui de répondre de cette manière. Cela a été assez compliqué, bien plus qu'en appel ou qu'en présentiel, mais malgré les délais de réponse et la multitude des facettes du projet, nous avons réussi à comprendre et retranscrire ce magnifique projet en un article.

L'interview en présentiel avec Romain Oggerli a probablement été la plus efficace et la plus intéressante. Il est passionné par son métier et l'entretien s'est déroulé dans la bonne humeur. [REDACTED] a pris des notes que nous avons regroupées lors de l'écriture de l'article ([REDACTED] ne pouvait malheureusement pas être présente le jour de l'interview). Ce dialogue est celui dont [REDACTED] garde le meilleur souvenir, car, selon elle, l'implication et l'investissement est plus intense en présentiel et sur le lieu de travail de l'interlocuteur.

Certaines de nos interviews sont retranscrites sous forme de questions-réponses et pour les autres, nous avons reformulé les propos de l'interlocuteur. Le but de cette démarche est la recherche de variété en termes de rédaction et d'éviter la monotonie. La lecture de sujets passionnants ne doit pas être redondante pour le.la lecteur.rice.

Nos interviews se sont déroulées de février 2021 (*Rise Haïti*) à septembre 2021 (*Nomad Lodges*). Il s'agit d'une partie importante du processus de réalisation de notre magazine, car la pertinence et la compréhension de ces entretiens impactent grandement la qualité de nos articles.

3.2.4 Écriture

La rédaction est un point primordial pour la réalisation d'un magazine. C'est la finalité du travail réalisé en amont : la recherche, la sélection des projets et les interviews. Une fois toutes

³À nous de jouer, anousdejouer.ch, <https://anousdejouer.ch>

ces étapes achevées, on peut se lancer dans l'écriture. La rédaction (le contenu) équivaut à la concrétisation du magazine, qui est autant, voire plus signifiant que le résultat visuel (la forme) de ce dernier.

L'aspect esthétique sert à attirer le.la lecteur.rice. Si son contenu n'est pas à la hauteur de la promesse, nous le perdons. Il est donc plus qu'essentiel que les articles soient réellement intéressants et pas uniquement attractifs visuellement.

Nous nous sommes attelées à l'écriture de notre magazine ensemble, puis parfois séparément. Notre premier article a été *Rise Haïti*, que nous avons écrit ensemble, afin de partager et concilier nos attentes en matière d'écriture journalistique. Nous avons décidé de rédiger une mise en contexte assez conséquente, pour mieux cerner les objectifs et comprendre la situation dans laquelle le projet a émergé, ceci pour que le.la lecteur.rice ait une vue d'ensemble et contextuel.

Concernant *Nomad Lodges*, le dernier article que nous avons rédigé, nous avons décidé de travailler avec le même type d'introduction que pour *Rise Haïti*, c'est à dire avec une importante mise en contexte afin de mieux comprendre ce projet qui comprend de nombreux aspects. Tous nos articles commencent par une introduction. Cependant, cette dernière diffère d'un article à l'autre. L'introduction de *Wabisocks* est une forme de résumé des éléments principaux énoncés dans l'article. C'est une approche très incisive avec une forme de divulgation. Néanmoins, certains magazines que nous avons utilisés à titre d'exemple utilisent cette technique. Nous avons donc décidé de l'appliquer à l'un de nos articles.

Pour *Oxili* et *Alles Gut Gemüse Kebab*, nous avons utilisé des amorces accrocheuses qui donnent envie de découvrir le projet, mais aussi d'agir et de s'engager. Par exemple, dans *Oxili*, nous dénonçons le fast fashion et la pollution liée à la production de vêtements. Commencer un article de manière engagée est une méthode efficace pour introduire une thématique et accrocher le.la lecteur.rice.

Concernant l'article en tant que tel, c'est là qu'interviennent les différentes démarches utilisées lors de nos interviews. L'enregistrement des appels permet de réécouter et retranscrire exactement les réponses de nos interlocuteurs pour des articles rédigés sous forme de questions-réponses. Le procédé de prise de notes lors d'un interview, est utilisé pour reformuler les propos et rédiger un texte explicatif.

Nous avons utilisé la forme questions-réponses pour *Wabisocks* et *Oxili*. Ces articles, assez similaires et plutôt faciles à comprendre, contrastent avec *Rise Haïti*, *Nomad Lodges* et *Alles Gut Gemüse Kebab*, plus conséquents et qui demandent une concentration plus importante.

C'est pour cela que nous voulions que la lecture des articles d'*Oxili* et de *Wabisocks* soit plus légère. Dans le cas de *Rise Haïti*, le troisième sous forme de questions-réponses, c'est plutôt pour des raisons de clarté que nous avons décidé de procéder de cette manière. En effet, rédiger sous cette forme assez vivante, permet d'éviter une écriture trop lourde et d'être plus accessible en apportant un certain rythme à la lecture.

Dans le cas de *Nomad Logdes* et de *Rise Haïti*, les textes ne sont pas présentés sous forme de questions-réponses, mais ils sont composés de paragraphes assez courts, ce qui rend la lecture de ces deux articles semblables.

Nomad Lodges est le seul qui soit structuré selon les Objectifs de Développement Durable. Nous avons décidé de procéder ainsi pour ce sujet, d'une part parce que le nombre d'ODD présents dans ce projet est clairement supérieur aux autres, mais aussi pour varier la mise en page et le format de nos articles. D'autre part, *Nomad Lodges* est un projet dont les facettes sont multiples. Ainsi, classer les informations selon les ODD est avant tout un moyen d'aide à la compréhension pour le.la lecteur.rice.

Le dernier article du magazine est *Alles Gut Gemuse Kebab*. Pour ce dernier, [REDACTED] a testé un nouveau style de rédaction, en reformulant les propos de Romain dans un article qui se lit d'une traite. Il y a donc une implication plus personnelle dans la rédaction de cet article.

Lorsque nous considérons un article finalisé, nous le donnons à relire à une personne externe qui n'était pas renseignée sur le projet. Ce point de vue neutre nous a permis de procéder à des modifications en vue d'une meilleure compréhension et d'une plus grande clarté.

Notre magazine contient également une introduction sur l'ONU et le développement durable, une rubrique « coups de cœur » et un message final adressé à nos lecteurs.trices. Le dénominateur commun de tous les articles est traité dans l'introduction. Le développement durable, ainsi que les 17 ODD sont en effet expliqués à nos lecteurs.rices qui n'en n'ont peut-être jamais entendu parler ou très vaguement. Cela s'est avéré être le cas pour les 17 ODD, dont beaucoup de gens ne savent pas réellement de quoi il s'agit. Par conséquent, nous avons résumé assez brièvement ces deux notions et les éléments principaux qui les définissent.

Quant à nos coups de cœur, ils reflètent un panache contenant des marques, associations, réalisations, livre, restaurant que nous apprécions pour leurs valeurs et souhaitons partager et mettre en avant dans *Optimistes De Demain*, sans nécessairement y consacrer un article entier. Notre objectif étant de donner juste assez d'informations pour donner envie aux lecteurs.rices de se renseigner sur le sujet. Cela n'a pas été facile, après s'être habituées à développer nos thématiques, mais cette forme plus brève apporte de la diversité et de la légèreté à *Optimistes De Demain*. De plus, évoquer ces projets qui font partie de notre quotidien est un moyen d'amener un aspect plus personnel à notre magazine.

Le texte final, *Aux lecteurs.rices*, nous offre la possibilité de se présenter et d'apporter une dimension humaine et authentique à notre magazine.

C'est aussi la partie émouvante de notre travail artistique, dans laquelle nous pouvons remercier nos lecteurs.rices. Nous avons rédigé ce texte ensemble, en le signant par les *Optimistes De Demain*, afin de terminer ce magazine comme il a commencé : sur une note d'espoir.

3.3 *InDesign*

3.3.1 Choix du logiciel

Lorsque nous avons commencé notre travail de maturité, une question s'est très rapidement posée : sur quel logiciel allions-nous réaliser notre magazine ?

En se renseignant auprès de professionnels et de proches, amateurs de graphisme, *InDesign* revenait souvent. Il s'agit du logiciel le plus professionnel et accessible que nous pouvions trouver.

De plus, la sœur de [REDACTED] est en deuxième année aux Arts Appliqués. De ce fait, elle a déjà dû acheter le logiciel et sait comment les outils principaux fonctionnent. Puisque nous n'avions absolument aucune notion en graphisme et en outils informatiques, nous avons opté pour ce logiciel, utilisé par nos proches. Avec du recul, nous pouvons affirmer que nous avons décidé

d'utiliser *InDesign*, sans réaliser la complexité du fonctionnement de ce logiciel pour des novices comme nous.

3.3.2 Apprentissage

Dans un premier temps, Ludivine, la sœur de [REDACTED] nous a expliqué comment utiliser les outils de base d'*InDesign*. Dès lors, nous nous sommes entraînées à maîtriser ces outils primaires, ce qui a pris beaucoup de temps, pour un résultat peu convaincant. De plus, les connaissances de Ludivine ne sont pas exhaustives, puisqu'elle est dans cette école depuis un an seulement et qu'elle n'est pas dans la section graphisme, mais en polydesign 3D. Ainsi, les fonctions du logiciel qu'elle maîtrise sont inadaptées pour la création d'un magazine.

Dans un second temps, nous avons cherché à approfondir nos connaissances rudimentaires en visionnant des vidéos explicatives sur YouTube. Cependant, cela n'a pas été très efficace. Nous avons du mal à comprendre ces tutoriels et à rester concentrées sur les vidéos qui étaient souvent très longues et peu utiles.

En juin, un proche de [REDACTED] graphiste, dénommé Julien, nous a donné un cours. Il maîtrise parfaitement le logiciel. Ses fonctionnalités lui semblent tellement évidentes qu'il a du mal à se mettre à la place de novices telles que nous. Il travaille en tant que graphiste depuis des années et pour notre part, nous avons du mal à suivre et retenir toutes les informations énoncées.

Il a amélioré la mise en page que nous avons déjà réalisée et nous a expliqué comment utiliser l'interlignage, comment créer des blocs de textes, comment insérer des photos et ajouter des numéros de pages.

Ce cours de deux heures nous a, malgré son intensité, beaucoup aidé et nous a permis de réaliser que la mise en page de nos deux premiers articles n'était pas satisfaisante et pouvait largement être améliorée. Avec la connaissance de nouveaux outils, nous pouvions faire bien mieux. Cependant deux heures ne suffisent pas à maîtriser un logiciel aussi complexe qu'*InDesign*. Malgré les nouvelles capacités que nous avons acquises, des compétences nous manquaient encore pour appliquer les idées que nous avons en tête. Nous avons passé des longues heures avant de réussir à faire ce que Julien nous avait enseigné. Cela a été très frustrant et démotivant. Consacrer autant d'heures à essayer de maîtriser *InDesign* pour un résultat très peu satisfaisant a été une étape difficile.

Julien, malgré sa volonté de nous aider, a un emploi du temps extrêmement chargé et même répondre à nos questions téléphoniques lui était souvent impossible. Nous devons trouver quelqu'un de plus disponible, à même de nous aider de manière régulière, afin d'avancer notre magazine sans être sans cesse bloquées par notre manque de connaissances techniques.

A cette période, nous avons toutes deux un peu perdu espoir et nous étions concentrées sur le choix et la rédaction de nos articles, en laissant de côté l'aspect graphique. Fin août, lorsque l'on s'est revu après deux mois de vacances, hormis les textes, la maquette de notre magazine n'avait pas avancée. Il fallait absolument trouver une personne capable de nous aider à réaliser ce que nous avons en tête, sans devoir se restreindre au résultat correspondant à nos capacités actuelles.

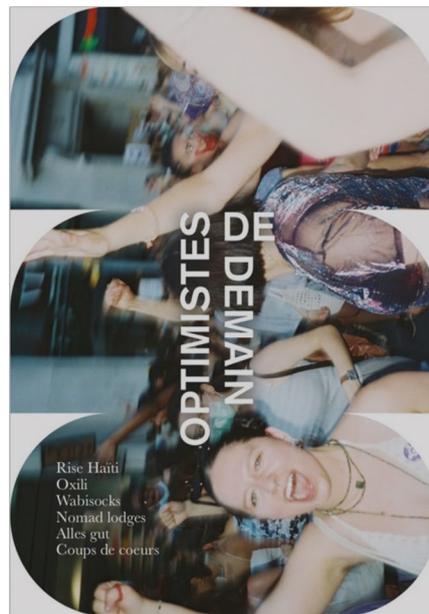
Personne n'avait le temps de nous aider et prendre des cours avec des graphistes professionnels à Genève coûte extrêmement cher. Sans trop d'espoir, nous avons demandé sur nos réseaux sociaux si quelqu'un connaissait un/une graphiste d'accord de nous enseigner *InDesign*. Le bouche à oreilles des réseaux sociaux a fonctionné et à notre grande joie, nous avons rencontré

Nola Roby, graphiste fraîchement diplômée, qui a tout de suite adoré notre projet et accepté de nous aider avec enthousiasme.

Dès cette rencontre, notre magazine a pris une toute nouvelle tournure, celle que nous imaginions depuis le début. Nous avons pris des cours avec Nola pendant près de deux mois. Le contenu de ses cours était autant pratique que théorique. Dès que nous avions un peu de temps en semaine et quasiment tous les dimanches, [REDACTED] et moi-même travaillions ensemble sur *InDesign*. Nola restait disponible pour nous aider à améliorer notre travail et répondre à nos questions. Grâce à cela, nous sommes passées, en seulement deux mois, de six pages médiocres à un magazine de 44 pages qui fait notre fierté.

3.3.3 Choix graphiques

Pour la première de couverture, nous avons décidé d'utiliser une photo prise par une connaissance, lors de la grève des femmes à Genève, car elle représente la lutte et l'espoir.



Manuela crie et lève son bras avec le poing serré. Elle appelle au changement. Cette photographie met en avant ceux qu'on appelle les « Optimistes De Demain », soit, les êtres humains qui se battent pour un monde meilleur. En plus de ce qu'elle représente, cette image a été capturée par un photographe amateur qui utilise du bon matériel. Il est en effet essentiel que notre visuel de couverture soit de très bonne qualité.

Nous avons ajouté le titre, en lui donnant un mouvement dynamique et vertical, afin de créer un lien avec la photographie qui dégage une grande énergie vitale et pour souligner le mouvement vers le changement. Cette photo est entourée de formes blanches. Ces dernières représentent le contour des lettres ODD, acronyme de *Optimistes De Demain*, le titre de notre magazine, mais aussi de *objectifs de développement durable*, le fil conducteur de notre sujet. Ces formes sont découpées en petites parties et se retrouvent sur tous nos articles.

Nous avons décidé de les couper pour des raisons visuelles, car cela les rend plus dynamiques et parce que ces formes cadrent ainsi les textes.

Les autres visuels présents dans notre magazine sont directement en lien avec les articles ou placés pour des raisons plus esthétiques et graphiques. Les photos proviennent soit de nos

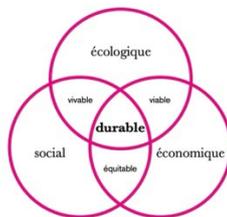


Au 21^e siècle, acheter un vêtement n'est plus un geste anodin. En effet, environ 100 milliards d'habitats sont vendus dans le monde en une année et la production de ces derniers nécessite parfois des pesticides, incruste du pétrole (pour créer du polyester) mais aussi des quantités effrayantes d'eau. C'est pour ces différentes raisons qu'il est primordial de soutenir les marques de seconde main ou les marques éthiques et durables. L'éternité qui fait partie d'une marque qui, en plus d'embellir votre garde-robe, protège la planète et ses habitants.

« une marque qui, en plus d'embellir votre garde-robe, protège la planète et ses habitants »

Tous nos articles sont basés sur le même modèle : un titre (en haut à gauche), une photo en dessous de ce dernier, les ODD présents dans le projet sont placés à droite en colonne, une partie du contour des lettres des ODD avec une couleur spécifique et, évidemment, des blocs de texte. Pour les pages qui ne sont pas des articles à proprement parler, nous avons pris plus de liberté en conservant une unité pour la cohérence (titre, typographie ou taille de la police).

Introduction



En 1992, les questions de la préservation de l'environnement et des ressources épuisables constituaient les préoccupations primaires de l'Organisation des Nations Unies (ONU).

Lors de la conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement, qui s'est tenue à Rio de Janeiro sept ans après, le programme d'action nommé Agenda 21, ou Actes 21, a été créé et mis en place. C'est la première fois que l'ONU décide de définir des recommandations en matière de développement durable, qui seront adoptées par tous ses membres jusqu'en 2000.

Agenda 21 est le précurseur de Agenda 2030, qui a été mis en place en 2015 pour la période suivante et qui introduit les quatre axes à suivre. Évidemment, une préoccupation d'ordre éditorial nous a poussés à privilégier l'écologie et les communautés locales. Ce point, qui fut fondamentalement respecté à peu près le même, garantit au planche sociale et viable pour des générations futures sans mettre en péril la croissance économique et sociale d'aujourd'hui.

Durant le sommet de la Terre de Rio de Janeiro, la notion de développement durable a été précisée par l'ONU dans la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement. Le terme de développement durable a été défini comme un développement qui satisfait les besoins du présent sans compromettre la capacité de satisfaire ceux des générations futures. En associant ces deux mots, on définit que le développement durable est une utilisation sociale qui fait sur le long terme et prend en compte l'avenir de l'humanité, tout en respectant d'être en accord avec la nature.

Le développement durable se penche sur trois axes fondamentaux : l'économie, l'environnement et le social. Il vise à établir une sorte d'équilibre entre ces trois sphères.



Pour l'*Introduction*, nous avons réalisé un diagramme de Venn, avec les trois piliers du développement durable.

Pour *Nos coups de cœur*, nous avons numéroté les cinq initiatives, afin de rendre la lecture plus claire et placé le logo de chacune en lieu et place de photographies. Étant donné que trois de ces logos sont en noir et blanc, cette double page était un peu trop fade à notre goût. Nous avons donc ajouté une forme aléatoire pour amener, une fois encore, du dynamisme et de la couleur à la mise en page.

Nos coups de cœur

1. Rabute - Cette petite entreprise à Roubaix dans le nord de la France est une boutique-marché qui vend des produits agricoles locaux tels que des légumes, des œufs, du miel et des produits artisanaux. Rabute organise aussi des ateliers d'information pour répondre aux questions que les femmes se posent, afin de briser tous les tabous liés aux végés. Il existe aussi une boutique en ligne pour celles qui n'ont pas le temps de venir sur place.



2. Union Maraichère de Genève - Cette association regroupe une dizaine d'agriculteurs professionnels qui vendent leurs produits locaux à une boutique spécialisée de l'agriculture responsable de l'environnement à un prix juste pour l'agriculteur et l'acheteur. Leur magasin est situé dans le quartier de Genève-Plage. Une Association de Femmes Maraichères existe aussi dans la région de Genève. Elles ont mis en place un réseau de soutien et de conseil. Tous les produits sont issus de Genève (Pully, Corsier et Pregny) pour les consommateurs qui souhaitent les acheter locaux.



3. The Good To Go est une application qui lutte contre le gaspillage alimentaire en Europe. Le principe est de récupérer les restes de restaurants, d'épicerie ou de boulangerie et de les redistribuer à des personnes en situation de précarité. Le principe est simple : les restaurants et les épiceries offrent gratuitement leurs invendus à cette application.



4. Une drôle d'ouverture dans mon assiette est un projet de Brest pour rendre accessible à tous les enfants, à partir de 6 ans, le monde de la cuisine. C'est une initiative qui vise à rendre la cuisine accessible à tous les enfants, à travers des ateliers de cuisine et de découverte de produits locaux. Les ateliers sont animés par des professionnels de la cuisine et sont adaptés à l'âge des enfants. Ils permettent de découvrir les produits locaux, de comprendre les étapes de la cuisine et de développer les compétences de base de la cuisine.



5. Ou bien encore - Ce restaurant végétalien de Lyon, au cœur du Bouchon, est une grande réussite. Le projet est né d'une envie de créer un lieu de rencontre et de partage autour de la cuisine végétalienne. Ou bien encore propose une cuisine végétalienne de qualité, inspirée des traditions culinaires françaises et méditerranéennes. Le restaurant est situé dans le quartier du Bouchon, à Lyon. Ou bien encore propose une cuisine végétalienne de qualité, inspirée des traditions culinaires françaises et méditerranéennes. Le restaurant est situé dans le quartier du Bouchon, à Lyon.



Nous voulions que l'article *Nos coups de cœur* diffère de la mise en page des autres, afin d'apporter de la nouveauté et de l'originalité grâce à cette rubrique. C'était aussi l'occasion d'amorcer la fin de notre magazine avec une lecture plus légère et moins dense.

Aux lecteurs.rices



Vous voilà arrivé(e)s à la fin de votre lecture, qui, on espère, vous aura plu. Il est donc temps de nous présenter. Zélie Zanone et Maïssa Lewis.

Nous sommes celles qui ont créé et rédigé le magazine que vous tenez entre vos mains. Étudiantes en 4ème année, au Collège Madame De Staël, nous l'avons conçu dans le cadre de notre travail de maturité. Nous avons cherché un moyen d'aborder la thématique du développement durable d'une façon positive et encourageante, afin d'inviter nos lecteurs.rices à s'engager pour un avenir meilleur.

En espérant que cette lecture vous aura donné l'envie de vous lancer dans un projet durable ou de soutenir ceux qui existent déjà.

Merci à vous d'avoir pris le temps de lire notre magazine.

Nous sommes infiniment reconnaissantes d'avoir vécu cette aventure à vos côtés.

A la prochaine, Les Optimistes De Demain

La page dédiée *Aux lecteurs.rices* est probablement la plus épurée de notre magazine. Volontairement, nous ne souhaitons pas y ajouter de fioritures et tout autre forme de décoration. En effet, la photographie nous représente bien et le texte final est le seul moment où nous nous adressons directement à nos lecteurs.rices. Nous avons privilégié l'authenticité et la simplicité pour cette raison, puisque ce travail est le fruit de deux amies de 18 et 19 ans, qui ont eu envie de se lancer un défi et d'acquérir de nouvelles connaissances ensemble. Tout simplement.



En dernier lieu, *Optimistes De Demain* débute et se termine sur une double page de même type, c'est-à-dire une photo encadrée d'ODD et d'une page de couleur unie. Ces deux images soulignent la beauté et le calme qui émanent de la nature. Des visuels simples et pourtant parlants et touchants. De plus, le vert est la couleur dominante de ces dernières, couleur caractéristique et symbolique de l'écologie et du développement durable.

3.4 Impression, coûts et vente

Comment imprimer notre magazine a été l'une de nos premières questions. Julien De Preux nous a recommandé *PixartPrinting*⁴. Ce site d'impression est très bien, mais comporte deux contraintes qui nous ont freinées. La première concerne le nombre d'exemplaires qui devait être de 50 au minimum, sans savoir si nous disposions de 50 acheteurs potentiels. La deuxième n'est autre que le coût d'impression, très onéreux pour deux étudiantes. Dès 50 exemplaires ou plus, les prix de *PixartPrinting* sont intéressants, mais restent très élevés. De plus, avec autant d'exemplaires, nous prenions le risque de se retrouver avec des magazines invendus.

En outre, le fait de passer notre commande en ligne ne nous inspirait que très peu confiance. Nous avons préféré travailler localement avec des individus à même de répondre à nos questions et dont le délai de livraison était moins aléatoire que sur un site internet.

Pour ces raisons, nous avons décidé de collaborer avec *Hélio Carouge*, des imprimeurs qui ont l'habitude de travailler avec le bureau d'architectes de la mère de [REDACTED]. Ils ont été ravis de pouvoir aider des jeunes et nous ont fait un prix plus accessible que les deux autres imprimeurs à qui l'on a demandé un devis.

Nous avons opté pour la stratégie suivante : se contenter, dans un premier temps, de trois exemplaires, afin de pouvoir les présenter à notre entourage et procéder à des précommandes. Ainsi, le nombre d'exemplaires imprimés sera forcément corrélé au nombre de commandes. Si les précommandes d'*Optimistes De Demain* sont importantes, nous pourrions envisager de passer par *PixartPrinting*, sans gaspillage.

⁴ Pixart printing, [pixartprinting.com](https://www.pixartprinting.com), <https://www.pixartprinting.com>

Si nous n'avons pas assez de précommandes, nos lecteurs.rices devront se contenter d'une version informatique, ce qui serait dommage. L'impact entre une version papier ou numérique n'est pas le même. De plus, une version imprimée est plus tangible pour un travail de maturité.

La bonne nouvelle est que tous les imprimeurs proposent du papier recyclé pour le format de notre magazine et peu importe les quantités. Nous avons donc pu imprimer sur du papier recyclé, ce qui était important pour nous.

4. Difficultés

4.1 Communication

La communication est un aspect qui a affecté le bon déroulement de notre travail et le planning que nous avons prévu, faute de réponse rapide. Plus d'une fois, nous nous sommes retrouvées bloquées en attente d'un retour, avec des conséquences inévitables sur notre programme. Certains des projets que l'on nous a conseillés, bénéficient déjà d'une certaine notoriété et ont suffisamment de visibilité pour se passer d'une présentation dans le magazine de deux jeunes étudiantes. En effet, nous avons échangé des nombreux courriels qui se sont avérés inutiles puisqu'au final, le temps et surtout l'enthousiasme manquaient à ces correspondants. Notre magazine n'était pas prioritaire dans leurs agendas.

Concernant *Nomad Lodges*, nous ne pouvions communiquer avec Pierre-André que via *WhatsApp* ce qui impacté, une fois encore, nos délais de réalisation. Bien qu'il n'y puisse rien et malgré toute sa bonne volonté, il fallait attendre souvent plusieurs jours avant de recevoir une réponse à nos demandes puisqu'il n'a du réseau que lorsqu'il se déplace en ville. Nous avons écrit cet article fin septembre, reportant la mise en page finale de notre projet au mois d'octobre, ce qui fut assez stressant.

4.2 Clarté des articles

Il va sans dire que nous avons essayé d'écrire des articles les plus compréhensibles possible pour nos lecteurs.rices. Cependant, il est arrivé que nous ne comprenions pas assez bien un projet pour rédiger un article clair et concis. C'est ce qui s'est passé avec *Altéra Vita*, une association créée par deux jeunes étudiants de Neuchâtel qui utilise des déchets naturels pour produire, entre autres, de la bière et du pain. Les idées de ces étudiants sont fascinantes et notre interview avec Jérémy fut riche en apprentissage. Néanmoins, les facettes du projet sont nombreuses et la plupart n'ont pas encore vues le jour. De ce fait, il était compliqué de comprendre nos interlocuteurs. En effet, la plupart de leurs démarches et de leurs idées restent hypothétiques à ce jour. Beaucoup de nos questions restaient donc sans réponses.

Nous avons malgré tout décidé d'écrire un article sur *Altéra Vita*, car cette association a une grande connaissance de la nature, de ses ressources et du développement durable. Ainsi, elle méritait de prendre de l'ampleur et d'avoir du soutien pour se réaliser. [REDACTED] s'est attelée à la tâche de la rédaction de cet article. Cela fut très compliqué puisque les informations reçues restaient très abstraites. Après plusieurs semaines de travail, nous avons demandé à des proches de lire l'article sur lequel [REDACTED] a longuement travaillé et que [REDACTED] a, tant bien que mal, essayé de clarifier. Malheureusement, leur réponse était unanime : cet article était incompréhensible et le projet trop complexe. Il a donc fallu abandonner *Altéra Vita*, à contrecœur.

Nous avons donc investi une partie non négligeable de notre temps à travailler sur un article qui ne figure pas dans notre magazine et que nous avons dû remplacer par un nouveau projet. A partir de cet échec, nous avons essayé de nous assurer que nous étions totalement au clair avec les projets dont nous voulions parler afin de ne plus perdre du temps.

4.3 Variété des articles

Notre regret principal concernant les articles s'avère être la similitude entre *Oxili* et *Wabisocks*. Nous souhaitions créer un magazine avec des sujets variés et une riche diversité, ce qui est un peu contradictoire vu la redondance de ces derniers. En effet, leur démarche et leurs objectifs sont quasiment identiques. Les seules différences sont les associations soutenues et le produit vendu pour récolter des fonds (bien que ce soient des vêtements pour les deux projets).

Cette erreur stratégique est due à une question de temps. Comme évoqué précédemment, nous avons dû remplacer un article pour lequel nous nous étions beaucoup investies et ceci pendant une période où nous étions encore très loin d'avoir terminé notre travail rédactionnel et graphique. Nous devons trouver une solution rapidement. Pour cette raison, nous avons contacté Pierre-André Kruger, une personne que nous connaissions et qui, nous le savions, accepterait de répondre à nos questions. Son projet satisfaisait nos critères de sélection et il s'agit d'une personne fiable.

En ce qui concerne la forme de *Wabisocks* et d'*Oxili*, nous avons décidé de les présenter de la même manière (sous forme de questions réponses). Autant jouer la carte de la similitude plutôt qu'essayer de la cacher. Puisque ces deux marques traitent de la notion d'éthique dans le domaine de la mode, nous avons décidé de procéder de la même manière pour ces dernières.

4.4 Graphisme

En choisissant ce projet comme travail de maturité, nous avons totalement sous-estimé l'aspect graphique, étant donné notre manque d'expérience et de connaissance dans ce domaine. Notre vision et nos attentes étaient beaucoup trop exigeantes par rapport au temps que nous avions à disposition et à nos capacités techniques.

Nos objectifs ont été atteints, mais exclusivement grâce à toutes les personnes qui nous ont aidées. Nous avons été dépendantes de l'aide d'une graphiste, ce que nous n'avions pas prévu. Le graphisme est un métier à part entière, qui nécessite des années de formation. Penser que nous étions capables, en quelques mois, de réaliser un magazine comme ceux qui peuvent se vendre sur le marché, était utopique et naïf. Nous sommes finalement parvenues à atteindre la hauteur de nos exigences, mais le temps que nous y avons consacré et l'aide nécessaire à son aboutissement, sont largement supérieurs à ce que nous avions projeté.

Malgré tout, nous ne regrettons nullement le choix que nous avons fait en se lançant dans l'inconnu. Nous avons, en effet, appris une multitude de choses sur le graphisme et l'édition, domaines qui nous étaient inconnus techniquement parlant, même s'ils nous intéressent et sont présents dans notre vie quotidienne. De plus, même si nous ne pensions pas avoir recours à autant d'aide externe, nous sommes vraiment heureuses d'avoir travaillé avec Nola Roby. Cette dernière nous a enseigné son métier du mieux qu'elle le pouvait. Il y a énormément d'aspects graphiques que nous n'aurions jamais pris en compte si nous ne l'avions pas rencontrée.

5. Conclusion

Afin de conclure, nous devons revenir à la base, notre problématique : « Comment aborder la thématique du développement durable par le biais d'un magazine qui encouragerait ses lecteurs.rices à s'investir et à soutenir des projets locaux, afin de les sensibiliser aux 17 objectifs de développement durable? ».

Pour réaliser un magazine, nous devons satisfaire deux critères primordiaux ; d'une part le rendre attrayant et esthétique, d'autre part, créer un contenu pertinent et divertissant.

Au premier abord, c'est l'aspect visuel qui joue un rôle déterminant. En effet, nous savons tous.tes (car nous l'expérimentons quotidiennement) que la couverture d'un magazine ou d'un livre va fortement nous inciter à le lire, ou au contraire, à le reposer dans son rayon. Cela dit, nous n'avons pas cherché à faire une opération marketing avec notre magazine. Notre approche n'a pas été commerciale et si nous avons accordé une attention particulière à l'aspect esthétique, c'est avant tout pour pouvoir être fières de notre travail. La forme est primordiale dans un projet artistique.

En second lieu, pour ne pas décevoir notre lecteur.rice (et nous-mêmes), il fallait évidemment que le contenu de notre magazine soit qualitatif et intéressant. Nous avons donc regroupé plusieurs initiatives locales qui nous ont semblées intéressantes. Au-delà du choix des sujets, nous avons tenté d'avoir une attitude journalistique et de poser des questions pertinentes pour la compréhension du projet. Une fois les informations récoltées, en faire un article captivant est entre nos mains.

Notre approche est depuis le départ, comme l'énonce notre problématique, une volonté d'aborder la thématique du développement durable de manière positive et encourageante.

A l'heure d'aujourd'hui, les mauvaises nouvelles concernant le climat et l'environnement envahissent les médias On tente de nous alerter et nous sensibiliser avec des perspectives catastrophiques pour notre planète et la survie de l'humanité. Seulement, faire peur n'est pas la seule option et selon nous, ce n'est pas la plus efficace non plus.

Nous pensons sincèrement que l'implication personnelle dans une cause ou dans un projet est le meilleur moyen de faire changer les choses. C'est pour cette raison qu'après avoir brièvement introduit le développement durable et ses enjeux, nous avons abordé notre sujet à l'aide des projets concrets. Ils comprennent tous ont un aspect durable et participe à l'amélioration du monde dans lequel nous vivons, que ce soit écologiquement, socialement, économiquement.

Nos articles expliquent les démarches, les objectifs, les contraintes et les bénéfices des responsables de projets. En lisant les *Optimistes De Demain*, une vision optimiste du développement durable est proposée aux lecteurs.rices. De plus, nous trouvons important de parler de projets locaux car énormément de choses sont mises en place en Suisse quant au développement durable sans que personne n'en ait entendu parler.

Ne sélectionner que des projets développés par des Suisses nous a permis d'encourager des initiatives gérées par des connaissances et de tester les marques ou les adresses que nous ne connaissions pas. Nous n'avons pas pu nous rendre en Amazonie pour tester *Nomad Lodges*, mais c'est au programme et Pierre-André Kruger nous y attend.

Mettre en lien les projets d'*Optimistes De Demain* avec les 17 objectifs de développement durable nous a permis de rappeler que le délai fixé pour atteindre ces ODD est 2030. Il est donc nécessaire, si l'on veut y parvenir, que ces objectifs soient connus de tous.tes. C'est pour cette raison que nous avons consacré une double page à ces ODD, ainsi qu'un rappel sur chaque nouvel article, des objectifs concernés.

Finalement, nous espérons sincèrement que la lecture d'*Optimistes De Demain* saura donner envie à ses lecteurs.trices de soutenir des projets locaux ou de s'engager dans un projet qui leur est propre. Transmettre les valeurs et les idées de ces êtres formidables, qui ont décidé d'agir pour notre futur fût une riche expérience et nous sommes heureuses et reconnaissantes d'avoir pu faire des rencontres qui nous ont tant amenées. C'est avec le sentiment d'avoir accompli notre mission que nous achevons ce travail de maturité. Nous espérons avoir impacté positivement la vision qu'ont nos lecteurs.trices du développement durable. Nous sommes fières de transmettre de l'espoir et de l'optimisme à travers notre réalisation.

6. Bilans personnels

6.1 [REDACTED] [REDACTED]

Pour être honnête, j'ai du mal à réaliser que je doive déjà rédiger mon bilan personnel et que nous soyons quasiment arrivées à la fin de ce travail.

Je connaissais suffisamment [REDACTED] pour savoir que nous arriverions très bien à collaborer. Cependant, je ne m'attendais pas à ce que, du début à la fin, nous soyons presque toujours sur la même longueur d'onde. Il n'y a pas eu une seule seconde où j'ai regretté mon choix et pendant laquelle j'aurais voulu être seule pour réaliser ce magazine. Je n'aurais, par ailleurs, jamais réussi à concrétiser ce projet sans [REDACTED]. Nous nous complétons sur de nombreux points et seule, face à moi-même, je n'aurais jamais été assez assidue et organisée pour terminer un travail d'une telle ampleur à temps.

Je suis extrêmement fière de ce que nous avons réalisé. Le magazine que nous avons créé est à la hauteur de nos attentes les plus élevées. Pourtant, ce n'était pas gagné d'avance. Nous nous sommes lancées dans l'inconnu (ce qui n'était pas un choix très stratégique), avec l'envie de nous surpasser et d'acquérir des compétences nouvelles. S'il y a une chose que je peux affirmer, c'est que je n'ai pas cessé d'acquérir de nouvelles connaissances pendant la réalisation de ce travail de maturité et c'est exactement ce que nous recherchions.

Nous avons fait face à des moments difficiles, durant lesquels nous pensions ne pas réussir à terminer notre projet dans les temps impartis et que choisir la simplicité, c'est-à-dire travailler dans un domaine qui nous était connu, aurait été plus intelligent. Mais avec beaucoup de détermination, de volonté, d'aide et l'envie d'apprendre ensemble, nous avons traversé ces impasses.

Pour conclure, je dirais que réaliser les *Optimistes De Demain* aux cotés de [REDACTED] a été une expérience riche et inoubliable. Ces mois ont été synonymes de nombreuses rencontres. Nous avons découvert des personnes fantastiques, qui travaillent à rendre ce monde meilleur et qui continueront à nous inspirer encore longtemps. Tant de générosité et d'entraide nous ont été proposées au cours de ces mois de travail. Nous avons été extrêmement chanceuses d'être si bien entourées. Si je devais réitérer cette aventure, je le ferais sans la moindre hésitation.

6.2

Depuis la deuxième année [REDACTED] et moi voulions effectuer notre travail de maturité ensemble, malgré le fait nous n'étions pas encore dans le même collège. Énormément de choses ont évolué entre temps : nos idées (principalement à cause de la crise sanitaire), notre amitié, voire nous-mêmes en tant que personnes, mais notre détermination d'avancer en équipe est restée intacte.

Sans ma collaboratrice, je ne pense pas que je me serais lancée dans un travail de maturité de telle ampleur. Réaliser un magazine comprend de nombreuses facettes distinctes. Si j'avais travaillé seule, je n'aurais pas voulu prendre le risque de découvrir autant de nouvelles connaissances, comme apprendre à écrire des articles, utiliser un logiciel tel qu'*InDesign*, etc. A deux, tout cela fut beaucoup moins inquiétant. Donc, sans notre volonté de collaborer, ce travail n'aurait jamais vu la lumière du jour.

Lorsque je fais cette réflexion, cela me fait bizarre puisque nous voilà à l'aboutissement de notre projet. De m'imaginer un monde sans les *Optimistes De Demain* me paraît presque impossible, après avoir travaillé tant d'heures dessus. Même si pour finir, nous ne pourrions peut-être pas le partager avec des lecteurs.ices, afin de les inspirer, ce qui était un des objectifs de notre magazine, il m'a tout de même impacté à un niveau personnel. J'ai appris de nouvelles choses dans des domaines variés, comme en informatique, en écriture ou en sciences. De plus, j'ai appris à collaborer sur un travail d'une grande envergure, ce que je n'avais jamais fait auparavant.

Je suis également étonnée de la facilité avec laquelle nous avons coopéré. Evidemment, avant de se lancer réellement dans ce travail, je pensais que [REDACTED] et moi-même saurions nous compléter, mais je pensais que le fait de devoir faire des choix à deux, allait nous forcer à faire des compromis, pour être toutes deux satisfaites. Mais il nous a fallu faire peu de compromis. Nous étions d'accord sur la majorité des décisions à prendre, ce qui a rendu ce travail d'autant plus agréable à réaliser ensemble. Je suis ravie de constater que le travail que nous avons fourni n'a pas été fait en vain. Peu importe la note qui sera attribuée à ce travail de maturité, je suis fière de ce que nous avons accompli ensemble.

7. Bibliographie

Sources d'inspiration

Magazines :

- Emmanuelle Andreani..., (et al.), *So good*, vol.1, Paris, SO PRESS, 2020
- Emmanuelle Andreani..., (et al.), *So good*, vol.2, Paris, SO PRESS, 2020
- Emmanuelle Andreani..., (et al.), *So good*, vol.3, Paris, SO PRESS, 2020
- Michaël Rodriguez, *Les familles paysannes sèment l'avenir*, Genève, Fédération genevoise de coopération, 2017
- Laurence Aëgerter, *Photographic Treatment*, Vevey, Dewi Publishing, 2016

Recherches sur le développement durable et l'écoblanchiment

Liens :

- Nations Unies, unric.org, <https://unric.org/fr/ressources/ionu-en-bref/le-developpement-durable/>, (Consulté le 01.07.21)
- M ta terre, mtaterre.fr, <https://www.ledepartement66.fr/dossier/comprendre-le-developpement-durable/>, (Consulté le 01.07.21)
- Confédération suisse, admin.ch, <https://www.are.admin.ch/are/fr/home/developpement-durable/politique-durabilite/agenda2030.html>, (Consulté le 01.07.21)
- Novethic, novethic.fr, <https://www.novethic.fr/lexique/detail/greenwashing.html>, (Consulté le 05.07.21)

Image :

- Nations Unies, « Objectifs de développement durable », 2019, Nations Unies, unric.org, <https://unric.org/fr/developpement-durable>, (Consulté le 30.10.21)

Article :

- Cordelier, Benoit « Greenwashing ou écoblanchiment : Cadrer la communication environnementale » in *Sens-Dessous*, vol.26, 2020, <https://www.cairn.info/revue-sens-dessous-2020-2-page-21.htm>, (Consulté le 07.08.2021)

Recherche des projets

Liens :

- Rise Haïti, rise-haiti.org, <https://www.rise-haiti.org/>, (Consulté le 26.02.21)
- Oxili, oxili.ch, <http://oxili.ch/en/home-en/>, (Consulté le 06.05.21)
- Nomad Lodges, nomadloges.com, <https://www.nomadlodges.com/#welcome>, (Consulté le 12.10.21)
- Wabisocks, wabisocks.ch, <https://wabisocks.ch/>, (Consulté le 27.07.21)
- À nous de jouer, anousdejouer.ch, <https://anousdejouer.ch/Gemuse-Kebab-Genève>, (Consulté le 17.12.20)
- Gemüse Kebab, gemusekebab.ch, <https://www.gemusekebab.ch/>, (Consulté le 03.06.21)
- Ranūte, ranute.ch, <https://ranute.com/>, (Consulté le 28.08.21)
- Union Maraichère de Genève, umg.ch, <https://umg.ch/magasins/>, (Consulté le 28.08.21)
- Too good to go, toogoodtogo.ch, <https://toogoodtogo.com/en-us>, (Consulté le 28.08.21)

- Éditions du Cèdre, editionsducedre.com, <https://www.editionsducedre.com/catalogue/une-drole-daventure-dans-mon-assiette/>, (Consulté le 28.08.21)
- Ou bien encore, oubienencore.ch, <https://oubienencore.ch/>, (Consulté le 28.08.21)
- À nous de jouer, anousdejouer.ch, <https://anousdejouer.ch/Altera-Vita>, (Consulté le 02.04.21)

Réseaux sociaux :

- Rise Haïti, rise.haiti, <https://www.instagram.com/rise.haiti/>, (Consulté le 26.02.21)
- Oxili, oxili.ch, <https://www.instagram.com/oxili.ch/>, (Consulté le 06.05.21)
- Nomad Lodges, nomadlodges, <https://www.instagram.com/nomadlodges/>, (Consulté le 12.10.21)
- Wabisocks, wabisocks.ch, <https://www.instagram.com/wabisocks.ch>, (Consulté le 27.07.21)
- Alles Gut Gemüse Kebab, allesgut_gemusekebab, https://www.instagram.com/allesgut_gemusekebab/, (Consulté le 27.03.21)
- Ranūte, ranutestore, <https://www.instagram.com/ranutestore/>, (Consulté le 28.08.21)
- Union maraîchère de Genève, union_maraichere-geneve, https://www.instagram.com/union_maraichere_geneve/, (Consulté le 28.08.21)
- Too good to go Switzerland, toogoodtogo.ch, <https://www.instagram.com/toogoodtogo.ch/>, (Consulté le 28.08.21)
- Ou bien encore, oubienencore, <https://www.instagram.com/oubienencore/>, (Consulté le 03.09.21)

Ouvrage :

- Castillo, Amanda, *Une drôle d'aventure dans mon assiette*, Lausanne, Éditions du Cèdre, 2021

La rédaction des articles

Ouvrage :

- Neveu, Érik, *Sociologie du journalisme*, Paris, Éditions La Découverte, 2009

Apprentissage du logiciel *InDesign*

Vidéos :

- Adobe, adobe.com, <https://helpx.adobe.com/indesign/how-to/text-formatting-overview.html>, (Consulté le 12.12.20)
- Adobe, adobe.com, <https://helpx.adobe.com/indesign/how-to/adding-text-overview.html>, (Consulté le 12.12.20)
- Youtube, youtube.com, <https://www.youtube.com/watch?v=PYQfdcdwWzc>, (Consulté le 23.01.21)
- Adobe, adobe.com, <https://helpx.adobe.com/indesign/how-to/design-magazine-layout.html>, (Consulté le 27.02.21)

Lien :

- Educba. educba.com, <https://www.educba.com/how-to-use-indesign/>, (Consulté le 13.02.21)

Impression :

- Pixart Printing, https://fr.pixartprinting.ch/?&msclkid=994bc2b9cb34166a35b7a3305c0698ad&utm_source=bing&utm_medium=cpc&utm_campaign=ch%20-%20brand%20-%20core%20-%20Bing&utm_term=pixartprinting&utm_content=core%20-%20Pixartprinting&gclid=994bc2b9cb34166a35b7a3305c0698ad&gclsrc=3p.ds,
(Consulté le 10.10.21)

8. Annexes

8.1 Remerciements

Tout d'abord, nous voulons remercier notre graphiste, xxx, qui s'est impliquée dans notre travail pendant deux mois assez intenses et qui nous a permis d'atteindre nos objectifs.

En second lieu, merci à tous ceux qui ont accepté de répondre à nos questions et de faire figurer leur projet dans notre magazine : (6 noms)

Merci à Julien De Preux, Nathan Bugniet, et Jeremy Calvo de nous avoir laissé utiliser leurs photos. Merci également à xxx pour ses dessins dans l'article de *Oxili*. Ce sont eux les *Optimistes De Demain* et ce magazine ne serait rien sans leur engagement.

Nous souhaitons aussi remercier Hugo et Jeremy qui ont pris du temps pour notre interview, même si malheureusement, le sujet ne figure pas dans la version finale de notre magazine.

Un grand merci à nos proches qui nous ont soutenu tout au long de notre travail,

particulièrement à Ludivine [REDACTED] qui nous a permis d'avoir accès à *InDesign* et qui nous a donné de nombreux conseils d'utilisation. Merci aussi à Cecilia [REDACTED] Didier [REDACTED] Jasmine [REDACTED] Mathilde [REDACTED] et xxx d'avoir pris le temps de relire notre travail.

Merci à xxx, notre professeure de suivi qui nous a conseillé et encouragé quand nous en avons vraiment besoin. Ce fut un plaisir pour nous d'être suivies par une professeure bienveillante et à l'écoute.

8.2 Article *Altera Vita* (non retenu)

Depuis la nuit des temps, les sociétés se sont fondées sur l'acquisition du savoir et la délégation des connaissances. C'est grâce à ceux-ci que l'Humain a pu survivre et s'adapter selon les circonstances de leur environnement, aussi bien géographiquement que socialement parlant. À l'heure d'aujourd'hui, le passé semble rayé. Tant de pratiques ancestrales sont méconnues et même méprisées, alors qu'elles offrent des renseignements inestimables. Notamment dans le domaine de l'agriculture, une pratique qui a toujours existé car elle assure la conservation de l'Humain, il a donc dû évoluer afin de s'accoutumer au monde urbain. À travers les époques, nos modes de consommation ont évolué. Concernant la production agricole, nous sommes passés d'une agriculture plutôt vivrière à une agriculture productiviste. C'est exactement ce dont deux étudiants, Hugo et Jeremy, visent à supprimer.

Leur but est de créer un espace accueillant qui offre des produits de qualité à bas prix, issus de déchets locaux. Alors en 2020, ils ont pris la décision de fonder une association nommée *Altera*

Vita. Ils envisagent un circuit de production en boucle fermée ce qui signifie que rien n'est gaspillé. En revanche, cette organisation est encore dans ses débuts donc pas toutes les idées mentionnées par ces derniers ont été réalisées au moment de notre entretien avec Hugo. Nous allons donc vous éclairer sur ce qui a déjà été mis en place.

Leur vision s'appuie fermement sur les trois piliers du développement durable. À propos de l'aspect environnemental, comme nous l'avons mentionné, l'idée générale se base sur l'utilisation de ressources non conventionnelles afin de concevoir des denrées alimentaires riches en nutriments. En effet, ils récupèrent du pain invendu pour fabriquer de la bière tout en pratiquant des techniques de brassage artisanal. Quant aux drêches, elles sont extraites et seront utilisées pour la culture de champignons.

De plus, ils font preuve de sensibilité vis-à-vis de la permaculture, car au lieu d'utiliser des pesticides ou d'autres solutions chimiques nocives pour les écosystèmes, ce sont des canards qui s'en occupent. Hugo nous a expliqué que leurs processus ingénieux reposent considérablement sur le biomimétisme. Ce dernier désigne des processus s'inspirant du fonctionnement du vivant, ce qui implique un état d'harmonie avec la nature. Tel est le cas pour la culture de spiruline que ces deux étudiants envisagent de mettre en place prochainement. Elle sera fraîche alors qu'habituellement elle est vendue sous forme de poudre. Ce complément alimentaire consomme du CO₂ présent dans l'atmosphère et relâche du O₂ qui sera exploité pour la prolifération des levures. Pour revenir sur les champignons évoqués précédemment, les drêches et du marc de café jouent le rôle d'engrais. Ces substrats organiques favorisent la prolifération de ceux-ci en fournissant des éléments nutritifs précieux. Suite à la récolte, ils sont vendus comme tels ou alors ils sont utilisés pour faire des saucisses et des burger végétariens. Par ailleurs, il est possible d'acheter un kit de culture de champignons offrant l'opportunité d'en faire pousser au sein d'un foyer. Ce produit est tout aussi comestible pour le corps, qu'enrichissant pour l'esprit puisqu'un partage de savoir à lieu afin de garantir une bonne cueillette.

Alterra Vita porte un grand intérêt pour le contact humain, c'est sur ce principe que s'appuie le côté social de leur concept. Cette organisation participe à la transmission des apprentissages, mais elle représente également la chance pour toute personne s'intéressant à l'environnement d'y accéder. Cela encourage des individus à vivre de manière plus eco-friendly, car nous y trouvons des informations qui sensibilisent les adultes comme les enfants à propos de la nature. Il faut souligner que ce côté intergénérationnel se fonde sur la structure associative d'*Alterra Vita*. C'est un lieu abordable et convivial où chacun peut trouver sa place, assurément Hugo et Jeremy envisagent d'engager des requérants d'asiles.

Pour l'instant, l'argent récolté en vendant les produits mentionnés, est directement investi dans l'association. Leur clientèle est principalement constituée de restaurateurs et de petites épiceries cherchant des produits insolites et locaux. À l'avenir, ces deux-là pourront potentiellement être rémunérés et vivre de cela.

8.3 Heures de travail

- Recherche des projets : environ 4 heures
- Rédaction et correction des articles : environ 25 heures
- Recherche de mise en page : environ 25 heures
- Mise en page et corrections : environ 100 heures
- Cours *Indesign* : environ 12 heures

DÉCLARATION D'AUTHENTICITÉ

PLAGIAIRE

[plaʒjɛʁ] n. – plagiere 1584 ; lat. plagiarius « celui qui vole les esclaves d'autrui », du gr. Plagios « oblique, fourbe » Personne qui pille ou démarque les ouvrages des auteurs.

PLAGIER

[plaʒjɛ] v.tr. – 1801; de plagiat | Copier (un auteur) en s'attribuant indûment des passages de son œuvre. => imiter, piller.

(Petit Robert I - éd. 1996)

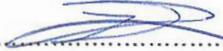
L'élève

Nom, Prénom: ...XXX..... Groupe : ..XXX

Maître.sse accompagnant.e: ...XXX.....

atteste avoir conçu et rédigé personnellement, dans son style propre, le travail de maturité ci-joint;

atteste notamment ne pas avoir eu recours au plagiat et avoir systématiquement et clairement mentionné tous les emprunts faits à autrui.

Lieu, date et signature: Plan-les-Ouates, 12.11.2021 

DÉCLARATION D'AUTHENTICITÉ

PLAGIAIRE

[plaʒjɛʁ] n. – plagièr 1584 ; lat. plagiarius « celui qui vole les esclaves d'autrui », du gr. Plagios « oblique, fourbe » Personne qui pille ou démarque les ouvrages des auteurs.

PLAGIER

[plaʒjɛ] v.tr. – 1801; de plagiat | Copier (un auteur) en s'attribuant indûment des passages de son œuvre. => imiter, piller.

(Petit Robert I - éd. 1996)

L'élève

Nom, Prénom: ...**XXX**.....

Groupe : ..**XXX**..

Maître.sse accompagnant.e: ...**XXX**.....

atteste avoir conçu et rédigé personnellement, dans son style propre, le travail de maturité ci-joint;

atteste notamment ne pas avoir eu recours au plagiat et avoir systématiquement et clairement mentionné tous les emprunts faits à autrui.

Lieu, date et signature: *Plan-les-Quates, 12.11.2021, *.....