Guide pratique de déploiement de la campagne de sensibilisation

GASPI GAME

Par Konenga

SOMMAIRE

1 Gaspi Game : qu’est-ce que c’est ?

2 Pourquoi cette campagne de sensibilisation ?

3 Pour qui ?

4 Comment utiliser la campagne ?

5 Et après : comment s’améliorer ?

6 Retour d’expérience

7 Envie de partager ?

GASPI GAME : QU'EST-CE QUE C'EST ?

Le kit Gaspi Game sensibilise les élèves
aux conséquences environnementales
du gaspillage alimentaire.

Il les incite à se servir en fonction de leur appétit
et à ne pas systématiser la prise de pain en libre service.

Le kit Gaspi Game se présente en **3 étapes** clés :

- sensibiliser
- instaurer les bonnes pratiques
- évaluer, mesurer, adapter

ÉTAPE 1

ÉTAPE 2

ÉTAPE 3

POURQUOI CETTE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION ?

Aujourd'hui, entre **70 et 150 grammes de nourriture** sont jetés **par élève et par repas** en restauration scolaire.
La lutte contre le gaspillage alimentaire
est une priorité.

Cette campagne sur le gaspillage alimentaire s'est inspirée des jeux vidéo pour interpeller le jeune public et lui donner l'envie d'initier la démarche.
Sur le principe même des jeux vidéo, l'enfant a envie d'améliorer son comportement à chaque passage.

POUR QUI ?

Le kit Gaspi Game s'applique
à tous les **établissements scolaires**,
du primaire au lycée.

COMMENT UTILISER CETTE CAMPAGNE ?

Quelques affiches ne suffiront toutefois pas à changer les comportements : il convient d'être exemplaire quant à l'organisation du restaurant et le comportement du personnel.

Nous vous livrons quelques conseils et règles de base pour préparer la campagne !

PRÉPARATION ET ACCOMPAGNEMENT DE LA CAMPAGNE

La campagne s'appuie sur la responsabilisation de chacun et l'ajustement des quantités préparées et servies.

Les adultes initient le changement

Pour initier le changement dans le restaurant scolaire, il est préférable que les **encadrants soient bien informés** sur le fonctionnement du restaurant, afin de répondre aux éventuelles questions des élèves. Ils sont également les initiateurs des changements opérés et demandent aux élèves leur appétit, la quantité qu'ils souhaitent, et distillent des messages de sensibilisation adaptés et réfléchis au sein du self.

Ajuster les quantités servies

A chaque midi son appétit, et par conséquent, sa portion justement servie ! Pour pouvoir ajuster à chaque convive la quantité servie, il faut **être à l'écoute des élèves et les questionner sur la portion désirée**. S'il y a un self service, proposer **des entrées et des desserts de différentes tailles** pour que chacun puisse choisir celle qui lui correspond, et enfin **proposer des assiettes de tailles différentes tailles**.

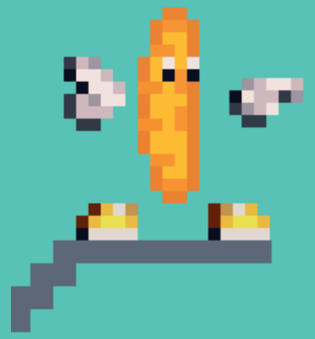
Instaurer le droit de se resservir

Les élèves peuvent se resservir volontiers lorsqu'ils ont fini leur assiette et qu'ils ont encore faim.
Le personnel peut donc **rassurer les élèves** quant aux portions servies. « Si tu as encore faim, tu reviens ! »

Halte au gaspillage du pain !

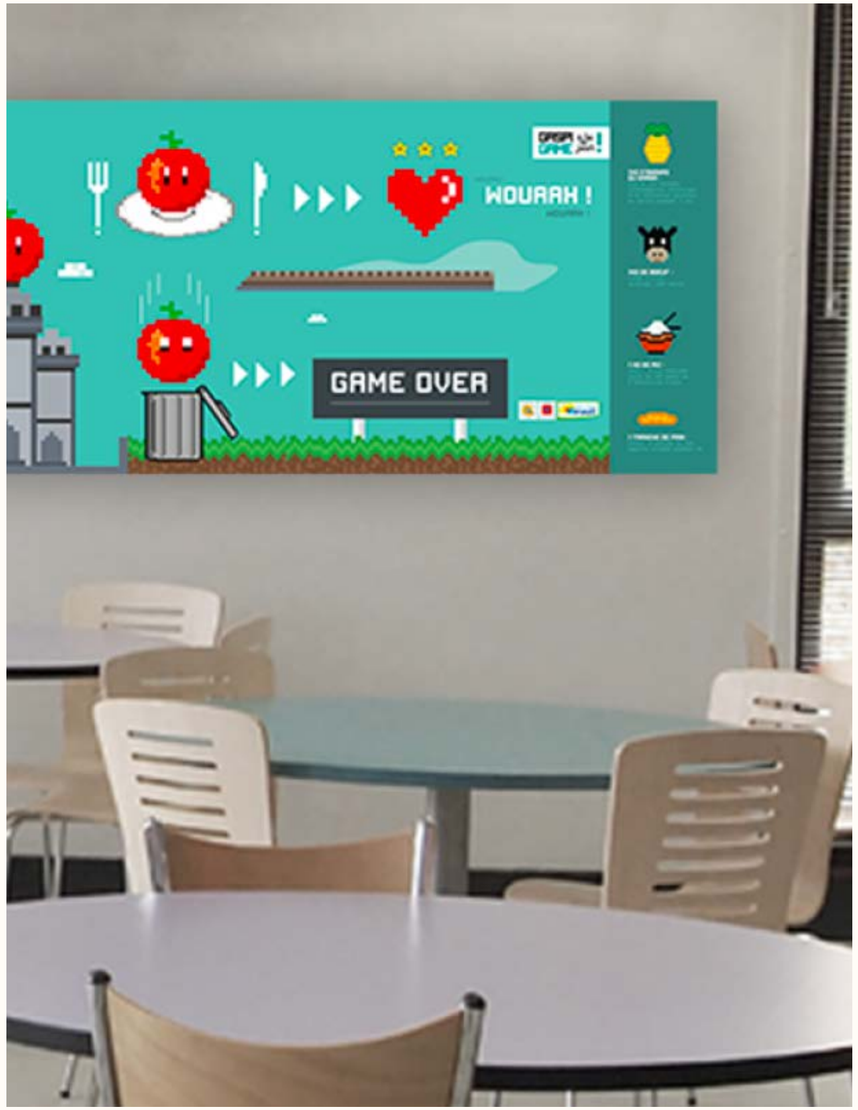
Le pain est l'un des produits les plus gaspillés, **pris mécaniquement et abandonné** sur le plateau en fin de repas.
Pour y remédier, on peut indiquer aux enfants de ne se **servir qu'un seul pain** et **placer le pain à la fin du self-service** : une fois son plateau plein, l'élève aura moins tendance à se servir du pain pour accompagner le reste du repas.

OÙ PLACER LES SUPPORTS VISUELS ?



La campagne a été conçue pour placer les différents supports à des endroits stratégiques, le long du parcours des élèves : de la porte d'entrée pour accéder à la cantine, jusqu'à la table où ils vont déjeuner, en passant par le self-service.

C'est parti pour les explications !



LE PARCOURS DES ALIMENTS

Support

La banderole avec la longue route de la tomate.

Endroit stratégique

À placer dans l'espace où les enfants font la queue avant d'accéder à la cantine : un couloir, un mur...

But

Montrer le parcours de la tomate permet de montrer aux élèves qu'avant d'arriver dans leurs assiettes, les aliments subissent un long trajet, coûteux au niveau de l'environnement.

PETITE, MOYENNE OU GRANDE FAIM ?

Support

Affiche « Choisis ton niveau d'appétit ».

Endroit stratégique

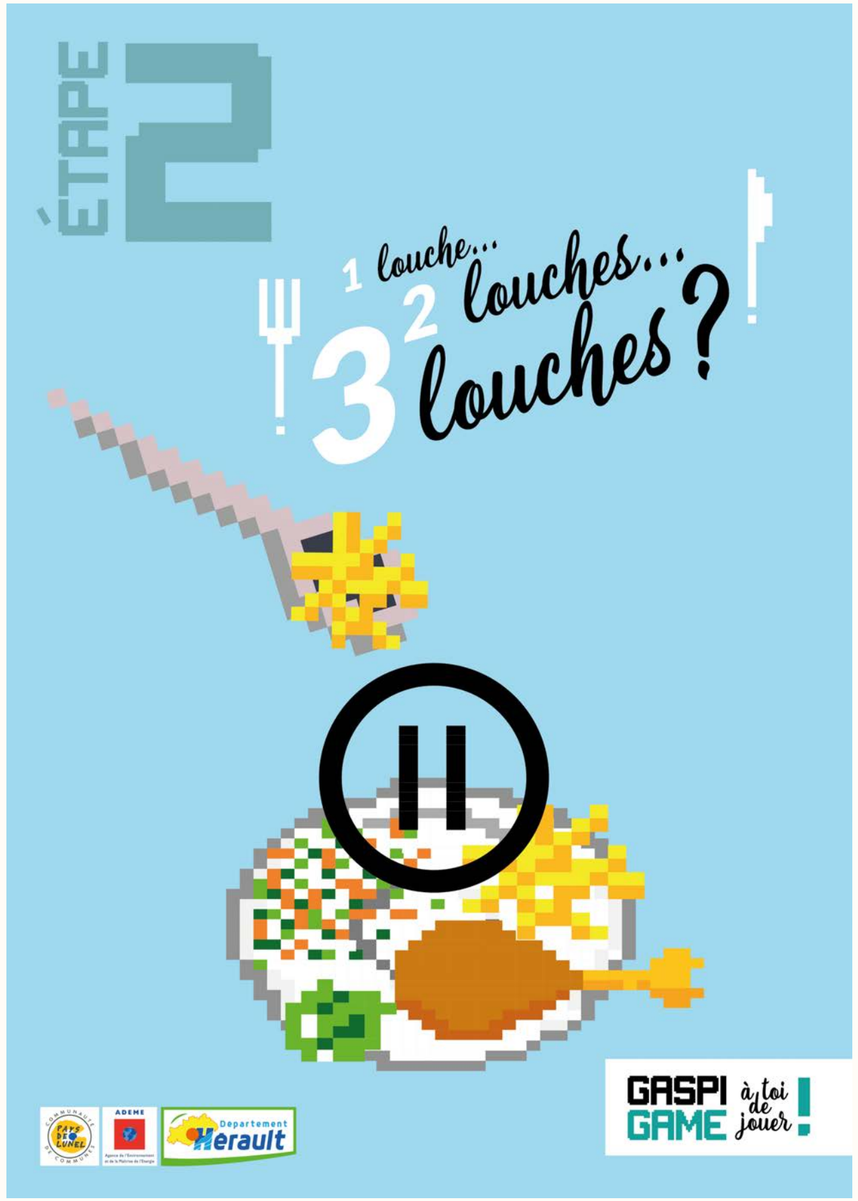
À placer plutôt en début de service.

But

L'objectif est d'amener les élèves à se demander chaque jour s'ils ont un peu, moyennement ou très faim. En évaluant les quantités adaptées à leur besoin, les élèves limitent le gaspillage et évitent de se forcer à finir leur assiette s'ils ont été trop servis.

Conseil

Pour les élèves les plus jeunes, les encadrants peuvent reprendre les termes utilisés sur l'affiche en demandant « quel est ton appétit ? S, M ou XL ? ».



PAUSE !

Support

Affiche « 1 louche… 2 louches… 3 louches ? ».

Endroit stratégique

À placer au niveau du service lorsque celui-ci est servi en direct, pour le plat par exemple.

But

Ce message encouragera les élèves à indiquer à l’encadrant la portion qu’ils souhaitent recevoir et qui est adaptée à leurs besoins du jour.

AS-TU VRAIMENT BESOIN D'UN BONUS PAIN ?

Support

Affiche « Bonus pain ».

Endroit stratégique

Au niveau de la corbeille à pain.

But

La campagne sensibilise tout particulièrement les élèves au gaspillage du pain, pris généralement automatiquement mais rarement entièrement consommé. Cette affiche permet de casser l'automatisme et de faire prendre conscience aux élèves leurs réels besoins

AS-TU ENCORE FAIM ?

Support

Affiche « Besoin d'énergie supplémentaire ? Ressers-toi mais juste ce qu'il faut ! ».

Endroit stratégique

Dans le self-service et/ou dans la cantine même au niveau des tables.

But

Avec cette campagne, il ne s'agit pas de limiter les enfants dans leur quantité de nourriture consommées, ni de les culpabiliser s'ils ne se sont pas assez ou trop servis ! Ils peuvent en redemander, s'ils ont encore faim. Le personnel peut de fait moins servir les élèves et les encourager à revenir se servir une seconde fois si besoin.

GAME OVER

Support

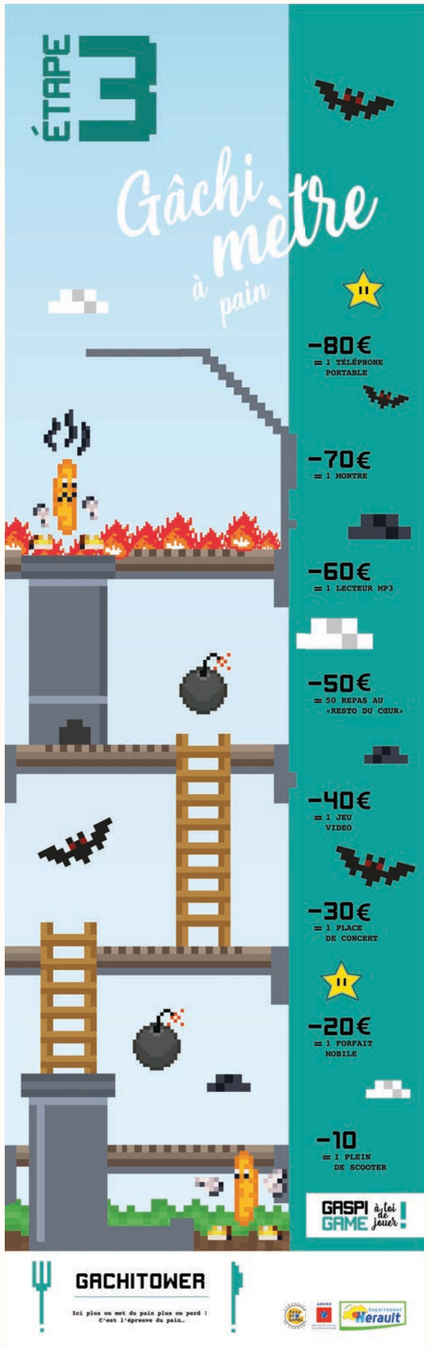
Affiche « GAME OVER ».

Endroit stratégique

Au dessus des poubelles.

But

Quand les restes des assiettes finissent à la poubelle, c’est perdu… Au quotidien, cette affiche, et la campagne de manière générale, permet de faire prendre conscience aux élèves ce qu'ils gaspillent.



TOUT CE PAIN GASPILLÉ ?!

Support

Le gâchimètre à pain & l'affiche qui l'accompagne.

Endroit stratégique

Au niveau des poubelles ou des plateaux vidés ouen sortie de cantine.

But

La présence d'un gâchimètre à pain permet aux élèves de constater chaque jour le niveau de gaspillage. Il permet d'instaurer ainsi un challenge positif : gaspiller moins que la semaine précédente !

Conseil

Selon la vitesse de remplissage du gâchimètre, le vider à la fréquence la plus appropriée. Le pain récupéré étant déjà trié, pensez à lui trouver une seconde vie – pour nourrir des animaux par exemple.

COMBIEN A-T-ON GASPILLÉ ?

Support

Le tableau des scores.

Endroit stratégique

Entrée ou sortie de la cantine scolaire.

But

Il est très important de peser les déchets tout au long de la campagne pour évaluer l'impact de la campagne de sensibilisation : ils permettront de mesurer les progrès et les partager, ce qui favorisera la fierté de tous les élèves et des encadrants.

Conseil

Chaque semaine, inscrire sur le tableau le gaspillage de la semaine, celui de la semaine dernière, et enfin le challenge à atteindre pour la semaine suivante. Lorsque les résultats sont bons, ne pas hésiter à en parler dans l'établissement et à féliciter les équipes et les élèves !

ET APRÈS : COMMENT S'AMÉLIORER ?

Établir un diagnostic du gaspillage

Grâce aux pesées réalisées en sortie de self, il est possible de réaliser un diagnostic de l'activité du restaurant.

Comment s'y prendre ?

Vous pouvez vous pencher sur le gaspillage en cuisine (plats préparés mais non servis, ou plats ratés) et sur le gaspillage dans le restaurant (plats servis mais non consommés).

Effectuez les pesées sur plusieurs repas, autant que possible différents dans leur composition, pour identifier ce qui plait et ce qui plait moins.

Ne prévenez pas les convives du restaurant : cela risquerait de fausser les résultats !

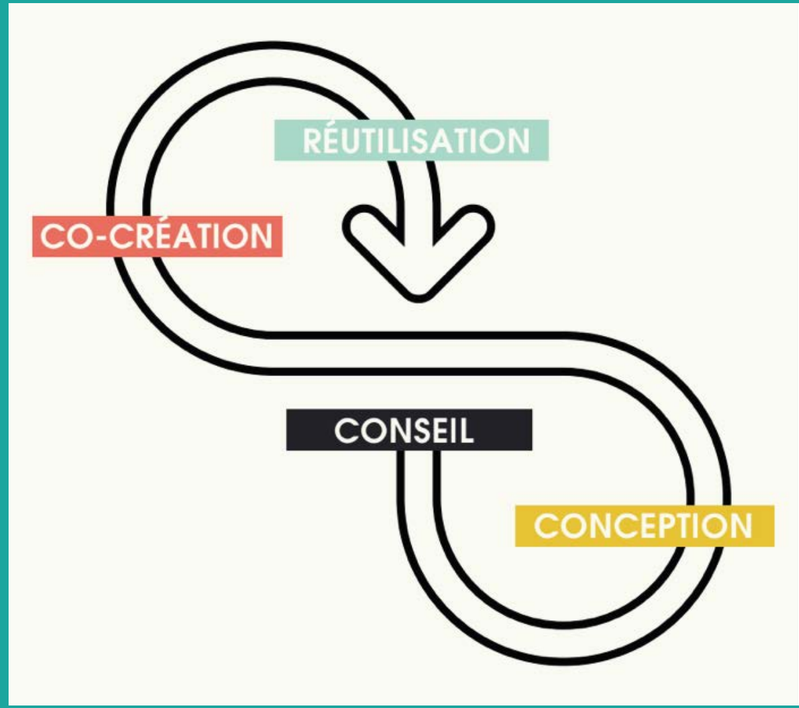
LE CONCEPT DE KONENGA

Konenga s'inscrit dans une **démarche d'économie circulaire de la communication** en proposant de réutiliser des campagnes de sensibilisation conçues pour d'autres et mises à disposition de ceux qui en ont besoin.

Gaspi Game est une campagne qui a été créée pour la **Communauté de Commune du Pays de Lunel**, et mise à disposition pour les acteurs qui souhaitent mener une démarche de sensibilisation.

Vous êtes curieux de savoir comment cette campagne s'est déroulée de leur côté ?
N'hésitez pas à les contacter pour un retour d'expérience !

Envoyez-nous un email sur contact@konenga.com pour avoir leurs coordonnées.



ENVIE DE PARTAGER ?

Vous faites maintenant partie de la Tribu Konenga !

Alors vous aussi, valorisez vos résultats et partagez votre retour d'expérience !

Zéro Gâchis !

Envoyez-nous vos photos et témoignages

Par e-mail
contact@konenga.com

Sur LinkedIn
https://www.linkedin.com/company/konenga/

Sur Instagram
https://www.instagram.com/konenga_/

Sur Facebook
https://www.facebook.com/Konenga-1967467540001070/