Opération "Gourmet Bag"

Préval Haut-Doubs

Auteur :

les Petits Planchants
BP 235
25303 Pontarlier Cedex 3
Voir le site internet
Gaëlle Journot
prevention@preval.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Considéré comme territoire « zéro déchet zéro gaspillage » depuis 2014, Préval Haut-Doubs s'engage à mettre en place des actions de terrain et une gouvernance participative pour aller encore plus loin dans la réduction des déchets et de toutes les sources de gaspillage.

Ainsi, Préval s'est fixé comme objectif de fédérer 50 restaurateurs en 2017 afin qu'ils mettent en place la démarche « Gourmet Bag » au sein de leur établissement et de communiquer auprès de leur clientèle.

Sur le territoire du Haut-Doubs, nous avons identifié 219 restaurants. L'idée est donc de convaincre le quart des restaurateurs du Haut-Doubs à proposer ce service.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

- Diminuer le gaspillage alimentaire et donc réduire le volume de biodéchets,
- Utiliser le gourmet bag comme outil de communication pour échanger sur le gaspillage alimentaire au sens large,
- Rendre visible les restaurants participants,
- Fédérer les acteurs locaux autour de la thématique et ainsi renforcer la communication

Résultats quantitatifs

Un réseau de 50 restaurateurs partenaires créé.

103 employés de la restauration sensibilisés par notre équipe de communication.

Résultats qualitatifs

- 100% des restaurateurs sont satisfaits. Les restaurateurs ont pu exprimer que c'était une démarche simple à mettre en place et disent apprécier de faire partie d'un réseau de partenaires engagés, cela les motivent, et sont convaincus qu'en continuant ainsi, le Gourmet Bag deviendra au fur et à mesure d'en parler un réflexe gaspillage alimentaire,
- Généralement, les restaurateurs ont vu doubler le nombre de boîtes utilisées par les clients, environ 10 boîtes sont remises par mois par restaurant,
- 92% clients sont satisfaits, une petite poignée est encore un peu gênée. Beaucoup de demandes sont faites automatiquement par le client. Le chevalet de table semblerait un bon outil pour les « décomplexer »,

MISE EN OEUVRE

Planning

MOBILISATION DES PARTENAIRES *Janvier à mars 2017*
Etudier et rédiger le projet
Mobiliser les partenaires
Présenter le projet à la Commission et au service Prév-Com-Réemploi
Adresser le courrier d'information aux Communautés de Communes
Monter le dossier de financement
Contacter les fabricants de boîtes
Créer et préparer le COPIL
Animer le 1er COPIL

PRESENTATION DU PROJET ET MOBILISATION DES RESTAURATEURS *Mars à avril 2017*
Concevoir la présentation prezi à destination des restaurateurs
Présenter le projet aux restaurateurs (participation aux réunions organisées par les réseaux, envoi de mails et courriers d'information, courrier différent pour les participants projet tourisme)
Organiser les visites de Valopôle pour les restaurateurs (invitation, programme de la journée, logistique, repas...)

Accueillir et présenter Valopôle aux restaurateurs
Concevoir et commander les outils de communication
Elaborer un document d'évaluation à destination des restaurateurs
Réaliser le communiqué de presse sur la présentation du projet
Réceptionner les supports de communication imprimés

COMMUNICATION A DESTINATION DES RESTAURATEURS PARTENAIRES ET LANCEMENT OPERATIONNEL DU DISPOSITIF

Mai à juin 2017
Préparer le brief de sensibilisation à destination de l'équipe du pôle com avec la CCI 71

Animer le brief pour l'équipe de sensibilisation
Sensibiliser les professionnels participants au projet et distribution des supports de communication

Préparer la campagne de communication Grand public
Lancer la campagne de communication
Faire intervenir le club de magie
Journée développement durable

EVALUATION ET PROJECTION *Octobre 2017*
Mener une enquête de satisfaction et d'évaluation auprès des professionnels participants

Evaluer les retentissements de l'opération

Moyens humains

Une chargée de projets a piloté l'opération soutenu par une équipe de communicants au nombre de 7 personnes pour la partie sensibilisation du personnel de restauration et la partie évaluation.

Moyens financiers

5911,40 €

Les dépenses sont liées à la communication de l'opération (distribution d'un kit de communication à chaque restaurateur participant, spot radio, conception d'une vidéo de restitution de l'action)

Soutien de l'ADEME à hauteur de 50 %

Moyens techniques

L'équipe a été formée pour sensibiliser les professionnels de restauration faisant partie du réseau « Gourmet Bag ».

La formation de l’équipe de communication Préval :

Une matinée de formation de 3h au mois de mai a été dispensée par une technicienne de la CCI 71.

Contenu : présentation de la démarche, notions de communication, mobilisation et sensibilisation du personnel.

Objectif : donner suffisamment d'outils à l'équipe de communicants afin qu'elle se sente tout à fait à l'aise lors des rencontres avec les professionnels de la restauration.

La sensibilisation et la remise d'outils de communication à destination des restaurateurs :

L'équipe de communicants a rencontré l'ensemble des restaurateurs participants et a sensibilisé 103 personnes (serveurs, cuisiniers, patrons).

Contenu : sensibilisation du personnel à la démarche : de quoi il s'agit, comment présenter le service aux clients…

Outils transmis :

un document présentant les bénéfices de proposer ce service (à destination des serveurs),
un argumentaire utilisé par les serveurs (à destination des clients),
le kit de communication composé de chevalets de table, de stickers (pour la porte d'entrée, pour les cartes de menu, pour les « Gourmet Box »), la réglementation, des planches de jeux à destination des enfants.

Objectif : mobiliser les professionnels en allant à leur rencontre. Les positionner en tant que porteurs de message. Leur remettre le kit de communication.

Partenaires mobilisés

Un COPIL formé de partenaires locaux :

- UMIH 25

- CCI 25

- DRAAF

- ADEME

Relais de communication :

- Organismes de tourisme : comités régional et départemental et offices de tourisme

- Associations de commerçants

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

La méthodologie et les outils peuvent être très facilement réutilisés.

Sur le territoire de Préval Haut-Doubs, l'objectif 2018 est fixé à doubler le nombre de restaurateurs pratiquant le service « Gourmet Bag » : passer de 51 à 100 restaurateurs

Objectifs semblant tout à fait atteignables :

- 6 restaurants se sont déjà positionnés et souhaitent s'inscrire dans la démarche
- 5 restaurants avaient émis le souhait de se raccrocher à la 2ème vague de communication
- 38 restaurants sont encore à convaincre :

Communiquer sur la satisfaction des restaurateurs et des clients facilitera sans doute l'adhésion de futurs restaurateurs partenaires
Le rôle essentiel du réseau : en communiquant avec leurs homologues, les restaurateurs engagés pourront les convaincre

Difficultés rencontrées

Former l'équipe de communicants et rendre visite à chacun des restaurateurs partenaires au sein de leur établissement pour les sensibiliser puis évaluer avec eux la démarche menée.

Cette relation de proximité a permis d'instaurer un vraie relation de confiance.

Recommandations éventuelles

Nous pensons, pour que l'opération soit pérenne, qu'il faut créer une relation de confiance avec les restaurateurs en les rencontrant au sein de leur établissement et faire vivre le réseau en les tenant informer par mail ou par d'autres vecteurs.

Nous le savons "plus nous parlerons du Gourmet Bag, plus la démarche sera adopter et deviendra aussi banale et naturelle que dans les pays anglo-saxons". Ainsi, il convient de poursuivre la communication après avoir évalué la démarche, en diffuser régulièrement des articles dans la presse, des messages par l'intermédiaire de la radio,...

Mots clés

Dernière actualisation

Février 2019

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Prisca VAN PAASSEN

prisca.vanpaassen@ademe.fr

Direction régionale Bourgogne-Franche-Comté