

Objectifs

- Faire connaître le projet et les actions réalisées dans l'établissement.
- Sensibiliser le grand public à la thématique du gaspillage alimentaire.
- Faire agir d'autres acteurs du territoire.

Cibles

Le grand public, les parents d'élèves, les autres acteurs du territoire, les élus, les convives.

Etapes de mise en place :

La communication autour du projet doit se faire à deux échelles.

La communication interne relaye l'information au sein de l'établissement, auprès des convives, des parents d'élèves, de la collectivité et des élus :

- Pour les élèves de l'établissement : réaliser des animations en classe ou à la cantine, réaliser une campagne d'affichage ou une exposition dans la cantine.
- Pour les parents d'élèves : diffuser l'information dans le journal de l'établissement ou sur son site internet, rédiger un mot dans le carnet de liaison.
- Pour les élus : les associer aux COPIL et aux échanges avec le fournisseur des repas, faire circuler les compte-rendus des COPIL, informer les conseils municipaux et communautaires de la mise en place du projet, les inviter aux différents événements (visites, actions marquantes...).

La communication externe relaye l'information au grand public, aux autres établissements, à la presse :

- Réaliser un dossier de presse général sur le gaspillage alimentaire en relatant les objectifs, les enjeux, les bonnes pratiques, les chiffres clefs...
- Rédiger un communiqué de presse spécifique au projet.
- Faire intervenir les correspondants locaux des journaux pour chaque action (visite, animation, atelier...).

Communication et mise en valeur du projet

- Utiliser les sites internet, réseaux sociaux et newsletters des collectivités.
- Profiter des semaines thématiques au niveau national et international : réduction des déchets, développement durable...
- Préparer des angles de présentation variés, originaux et susceptibles d'intéresser les différents publics visés.

Acteurs à mobiliser	Besoins matériels	Besoins de financement
Les journalistes, les élus ou les agents communaux.	Communiqué de presse, articles, affiches, éléments de langage pour les interviews	Non

Erreurs à éviter :

- Ne pas adapter son discours en fonction du public visé.
- Ne pas suivre correctement les différentes étapes du projet.

Temps de mise en œuvre :

Si vous souhaitez inviter un correspondant local pour un événement, prévoyez une semaine de délai, et le temps de le relancer.

Pour une parution dans un journal, soyez vigilants sur la périodicité de parution, surtout pour les hebdomadaires. Il faut envoyer votre communiqué de presse au bon moment pour ne pas louper la semaine qui vous concerne.

Ils l'ont fait ...

La Communauté de communes Barrès-Coiron, en Ardèche, a créé une page spécifique au projet sur son site internet.

Retrouvez le dossier de presse réalisé par le SYTRAD dans la partie «Ressources» de ce guide.