



Conférence nationale «Alimentation durable dans les villes et les communes» – Atelier 3 «Sensibilisation / communication»

La promotion d'une campagne nationale de sensibilisation ou la focalisation durable sur un évènement régional bien établi informe et sensibilise le public à la nutrition durable. Une bonne occasion de faire connaître à sa population l'implication d'une communauté ou d'une ville et d'informer les consommateurs sur leurs options décisionnelles.

Dans l'atelier les opportunités et les défis des différents domaines d'action ont été discutés. Le but de l'atelier était une analyse SWOT solide des domaines d'action spécifiques afin d'assister les participants pour une mise en œuvre directe. Vous trouvez les résultats ci-dessous:

Projets	
SNE: coffret recettes fait par les cuisiniers (L)	
Promotion eaucourante: caraffes dans, Saint-Gall Ville, partenariat les resto Gastro-Saint-Gall (L)	
Foire durabilité « Kulinata », Ville Berne, 2018 → 2 semaines / 2019 → 1 semaine	
Sensibilisation jardin 2000 m² , formation avec enfants / adultes / écoles, Weltacker assoc.	
Cuisinons notre région (VS) produits locaux dans restauration collective	
Lunchidee (BE) (L)	
« Brunch du Goût » participatif / durable / fait maison, Carouge, Semaine du Goût local + communication alim. Dd, successful → adaptation du concept par quartier +zéro déchets	
Campagne Save Food, Pusch	
Maison de l'alimentation , Genève	
« Gastrovert » Satom, déchets alimentaires → ménages	
SWOT	
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Alimentation durable = multifacette, ouverture à d'autres thèmes - Fait référence à un besoin de base / qui parle à tous → inscrit dans le quotidien - Formule «ambassadeurs» 	<ul style="list-style-type: none"> - Ciblage des audiences → éviter les 10% élargir l'argumentaire, sortir de la bubble E - Complexité du message
Opportunités	Risques
<ul style="list-style-type: none"> - Ciblage des audiences → varier les argumentaires - Ecoles, moyen d'agir important, porte d'entrée pour toucher les parents aussi - Lehrplan / PER, introduction thématiques, créer des synergies projets = + d'impact E E - Combinaison thème avec alimentation E 	<ul style="list-style-type: none"> - Chacun a un avis personnel / individuel = «l'autoexpert» E - Choix façon de présenter, car thème très émotionnel - Adaptation de la communication aux aspects culturels car différentes ≠ sensibilités culturelles E - Coût ↑ - Temps ↑ chronophage

E = Priorités pour coordination ultérieure

A = projets réalisés

L = projets en cours

I = projets futurs / idées de projet