

# BioCaf

Équipe de projet: *Kaufmann Loris, Felley Pablo*

Métier: *Interactive Media Design*

Année d'apprentissage: *3ème*

Nom de l'école ou de l'entreprise: *CFP Arts Genève*

Nom de l'enseignant ou du maître d'apprentissage: *Anne Christine Dallemagne*

## Résumé du projet:

Notre objectif est de mettre en place une planification visant à sensibiliser un maximum de personne au sein de notre école en proposant une semaine bio à la cafétéria.

Projet Planification : Nous sensibilisons l'ensemble des élèves et des enseignants de notre école ainsi qu'une partie de leur entourage.  
Nous estimons atteindre environ 1000 personnes.

Catégories du concours : Prix Planification

## Sommaire

1.	Introduction.....	3
1.1.	Situation de départ .....	3
1.2.	Motivations.....	3
2.	Définition du projet.....	4
2.1.	Objectifs.....	4
2.2.	PC.....	4
2.3.	Messages véhiculés.....	4
2.4.	Faisabilité .....	5
3.	Planification du projet .....	7
4.	Mise en œuvre concrète.....	8
5.	Calculs.....	8
6.	Rapport du projet.....	8
6.1.	Rétrospective.....	8
6.2.	Prises de conscience .....	9
6.3.	Perspectives .....	9

# 1. Introduction

## 1.1. Situation de départ

Nous observons que l'état général de l'environnement se porte mal ; les habitants consomment trop d'énergie, importent et exportent trop de produits, ce qui génère un ensemble d'actions produisant une grande quantité de gaz à effets de serre.

Nous souhaitons proposer une solution qui sensibilisera notre public visé à ce problème et qui l'engagera à consommer de manière « écoresponsable » des produits bio et de proximité sur une période donnée.

## 1.2. Motivations

Notre génération n'est que peu consciente par les répercussions de cette problématique. Cependant, si nous continuons ainsi, notre descendance en payera les frais et il nous semble important de limiter nos dégâts au maximum.

Notre projet étant local, il impactera une petite population, qui pourrait néanmoins diffuser ce projet à plus grande échelle. En étant très utopistes, elles pourraient même provoquer un effet boule de neige au niveau du DIP voir plus large.

Nous nous entendons bien avec les membres de la cafétéria, ce qui nous permet de mettre en place ce projet. De plus, la cafétéria étant fréquentée par une majorité de notre public cible, cela nous permettra de plus facilement mettre en place notre communication.

Actuellement la cafétéria vend en moyenne 60 à 70 menus par jour sans compter les goûters boissons et autres articles. Les menus coutent entre 8.90 et 13 francs. Soit un chiffre de vente d'environ 715 francs sur les menus uniquement.

La cafétéria possède déjà le label GRTA qui garantit des produits de proximité. Cependant, elle ne met pas spécifiquement en avant leurs produits bios, car ils sont un peu plus chers.



## 2. Définition du projet

Ayant remarqué que la cafétéria de notre école ne proposait pas de menu bio, nous avons donc décidé de rechercher un partenariat avec une ferme bio de proximité afin de proposer une alternative bio aux menus actuels. En effet, étant donné que l'objectif est de réaliser un projet favorable envers l'environnement au sein de notre école et que la cafétéria est particulièrement fréquentée, cela semblait être un cas idéal.

### 2.1. Objectifs

L'objectif principal de notre projet est de sensibiliser un maximum de personnes à travers la vente de menus bios au sein de la cafétéria de notre école, pour qu'elles-ils consomment de manière « écoresponsable ». Il va donc falloir concevoir différents menus bios restant dans le budget des élèves.

Premièrement, nous souhaitons réaliser une vidéo très courte (cf. extraits en annexe) permettant de transmettre un message-choc concernant les médicaments parfois utilisés dans la production alimentaire. Ce message, que nous avons choisi de cibler sur la viande concerne aussi les OGM, les pesticides, etc.

Deuxièmement, nous voulons utiliser des supports papier type affiche, flyers disposés au sein de notre école afin qu'un maximum de personnes soit touché par ce message. Nous avons pensé à disposer une affiche par étage ainsi qu'au sein de la cafétéria.

Troisièmement, nous aimerions procéder à un sondage (cf. annexe) sur un échantillon d'élèves et d'enseignants avant la semaine prévue. Cela nous permettrait d'obtenir une estimation du prix que nous pourrions proposer pendant cette semaine et de présensibiliser notre public.

### 2.2. PC

Le public cible (PC) que nous souhaitons toucher est composé des élèves de l'école ainsi que toutes les personnes consommant à la cafétéria (enseignants, service technique, entreprises externes, invités, ...)

### 2.3. Messages véhiculés

Le message principal que nous souhaitons diffuser est que le fait de consommer des produits bios et de proximité au sein d'une école est tout à fait possible.

La courte vidéo très explicite sous forme d'une hyperbole présente les méfaits des viandes ne possédant pas le label bio. Aujourd'hui il faut « choquer » afin d'attirer l'attention du public sur un sujet qui ne l'intéresserait pas forcément.



## 2.4. Faisabilité

- Le premier facteur pour la réussite de notre projet est l'accord de la cafétéria et de l'école.
- Ensuite, nous devons trouver un producteur de proximité proposant du bio et étant intéressée par notre projet (éventuellement GRTA).
- Le dernier accord que nous devons obtenir est celui de monsieur Battaini au DIP.
- Des ressources temporelles sont nécessaires à la bonne réalisation de notre projet.
- Un petit financement sera indispensable pour payer les frais d'impressions de nos supports de communication. (Environ 200frs pour les affiches et le matériel nécessaire à la réalisation de la vidéo)

### SWOT :

- Forces :
- Notre équipe fonctionne en groupe depuis longtemps.
  - Équipe formée dans le domaine de la communication.
  - Équipe motivée et impliquée dans ce projet.
- Faiblesses :
- Notre équipe possède peu de ressources de temps et financières.
  - Manque d'expérience dans le domaine opérationnel du projet.
  - Étant étudiants, nous possédons peu de relations pouvant être utiles à la mise en pratique de ce projet.
- Opportunités :
- École impliquée dans l'environnement.
  - Le public est déjà familier avec les problèmes environnementaux.
  - Les parties prenantes impliquées sont favorables à notre projet.
- Menaces :
- Les commerces avoisinant notre école proposent des prix très réduits, attirant généralement les étudiants.
  - Certaines personnes imaginent que le BIO implique des produits moins savoureux et moins diversifiés.
  - Les produits BIO sont généralement plus cher et la majorité de notre public cible ont des moyens réduits.
  - Ce projet touche une école et nécessite donc beaucoup d'autorisation et d'échanges.



PESTEL :

- Politique : Il est important de ne pas dénigrer le travail actuel de la cafétéria du CFPA en effectuant la promotion de notre projet.
- Économique : Les employés de la cafétéria gagnent leur salaire sur les produits vendus, il est donc indispensable que les bénéfices restent semblables ou s'améliorent.
- Social : Notre établissement étant déjà très engagé en faveur de l'environnement (association « Pour Demain », grand nombre de projets...), une sensibilisation écologique est déjà présente.
- Technologique : Dans le cas où une nouvelle technologie favorable à l'environnement est développée (nouvelle méthode de production ou récolte...), nous pourrions l'intégrer à notre projet.
- Environnemental : On constate une augmentation de la consommation de produits BIO et de proximité en Europe.
- Légal : Tout projet impactant la cafétéria d'un établissement scolaire, nécessite un accord du DIP.



### 3. Planification du projet

#### PARTIE 1 : Lancement Projet

1) Prise de connaissance du mandat	2H
2) Recherche d'idées	3H
3) Planification	1H
4) Contact Cafétéria : accords	1H
5) Contact DIP : accords	3H
6) Contact Ferme de proximité BIO (GRTA ?)	1H

#### PARTIE 2 : Réalisation vidéo

1) Recherche d'idées vidéo	4H
2) Story-boards vidéo	6H
3) Réalisation vidéo : Film	7H
4) Réalisation vidéo : Montage	4H
5) Réalisation vidéo : Son	3H
6) Recherche slogan	2H
7) Finalisation Vidéo	1H

#### PARTIE 3 : Calcul Tarifs

1) Contact cafétéria : tarifs	0.5H
2) Contact GRTA : tarifs	1H
3) Calcul tarifs	1H

#### PARTIE 4 : Réalisation du dossier de rendu

1) Réalisation description projet	2H
2) Réalisation dossier rendu	3H

#### PARTIE 5 : Finalisation du projet

1) Dernières corrections	1H
2) Mise en ligne du projet	0.5H

**TOTAL :** 47H

#### Matériel nécessaire :

Ordinateur, traitement de texte, Suite Adobe, Scanner, Camera, Trépieds, Éclairages LED (x6), Tranches de viande, Pillules (x500), Papier, Téléphone.



## 4. Mise en œuvre concrète

Planning de diffusion d'avant-projet

Un mois avant : Un sondage sera distribué à environ une centaine de personnes, puis récolté et dépouillé.

Deux semaines avant : Les affiches seront avant le projet au sein de l'établissement afin de communiquer notre message. Nous avons décidé d'en disposer deux par étage afin de nous assurer un maximum de visibilité.

Une semaine avant : la vidéo sera diffusée dans l'école et sur les réseaux sociaux.

## 5. Calculs

En sachant que notre école comprend 700 élèves plus le corps enseignant, que nous comptons sur le bouche-à-oreille et les réseaux sociaux en plus de notre campagne, nous estimons pouvoir toucher environ 1000 personnes avec la partie communication de notre projet.

Pour ce qui est de la mise en pratique, la cafétéria vend entre 60 et 70 menus par jour ce qui ferait environ 300 menus bio et de proximité vendue sur une semaine.

## 6. Rapport du projet

### 6.1. Rétrospective

Nous avons pu obtenir les autorisations du DIP, de la direction et de la cafétéria nécessaires à la réalisation de notre projet. Nous avons pu réaliser la vidéo et produire le sondage. Les affiches doivent encore être réalisées et le contact avec GRTA (contact pour obtenir les produits bios et de proximités) reste à être établi. Le problème principal que nous avons rencontré était la quantité d'échanges nécessaire à l'obtention des autorisations. En effet, nous avons passé plus de temps que prévu à échanger des mails et à devoir rencontrer différentes personnes pour présenter notre projet.

Nous avons également rencontré des problèmes d'éclairage au moment de tourner la vidéo ce qui nous a obligés à réitérer l'opération.

De manière générale, nous sommes satisfaits du contenu produit pour ce projet. Il ne reste que peu d'étapes pour que le projet soit réalisable et il pourrait-être repris et appliqué dans d'autres établissements.





## 6.2. Prises de conscience

Ce que ce projet nous a le plus appris est l'importance des démarches administratives qui impactent plusieurs acteurs et de ce fait prennent du temps. À l'avenir, il sera nécessaire de prévoir plus de temps pour ce genre de démarches. Au niveau de la planification, nous avons découvert l'utilisation des diagrammes de Gantt, très utiles à la réalisation de projets de grande envergure.

## 6.3. Perspectives

Après une première application au sein de notre école, un futur intéressant pour notre projet serait qu'il soit repris par des professeurs ou d'autres institutions, peut-être sur une plus longue période.

Pour voir encore plus grand, notre projet pourrait être appliqué dans d'autres villes, cantons ou pays.



## Annexes

### Questionnaire

**PENSEZ VOUS QU'IL EXISTE UN LIEN ENTRE LA QUALITÉ DE VOTRE ALIMENTATION ET VOTRE SANTÉ?**

- oui  non, je ne pense pas  
 je ne sais pas

**EST CE QUE VOUS PRIVILÉGEZ LES PRODUITS LOCAUX / DE SAISON?**

- oui, parfois  non, rarement  
 ça m'est égal

**A QUELLE FRÉQUENCE CONSOMMEZ VOUS DES PRODUITS BIO?**

- plus d'une fois par semaine  occasionnellement  
 plus d'une fois par mois  très rarement

**SOUHAITERIEZ VOUS QUE DES MENUS BIO SOIENT PROPOSÉS À LA CAFÉTERIA?**

- volontiers  non, je n'aime pas ça (pourquoi?)  
 ça m'est égal \_\_\_\_\_

**QUEL PRIX VOUS SEMBLE RAISONNABLE POUR UN MENU BIO À LA CAFÉTERIA?**

\_\_\_\_\_ chf

## Vidéo

