

CEC
CCA
CCE

Changer les comportements afin de réduire le gaspillage alimentaire dans les foyers nord-américains —

Cahier d'exercices

Feuilles de travail et étude de cas qui accompagnent le Guide à l'intention des spécialistes

Citer comme suit :

CCE (2026). *Changer les comportements afin de réduire le gaspillage alimentaire dans les foyers nord-américains — Cahier d'exercices*, Montréal, Canada, Commission de coopération environnementale, 128 pages.

La présente publication a été préparée par WRAP pour le Secrétariat de la Commission de coopération environnementale. La responsabilité de l'information qu'elle contient incombe à l'auteur, et cette information ne reflète pas nécessairement les vues de la CCE ou des gouvernements du Canada, du Mexique ou des États-Unis.

À propos de l'auteur

Water Resources Action Programme (WRAP, Programme d'action pour la gestion des ressources en eau) est une organisation non gouvernementale internationale ayant pour objectif de transformer nos systèmes de production et d'alimentation afin de favoriser un mode de vie circulaire.

Le présent document peut être reproduit en tout ou en partie sans le consentement préalable du Secrétariat de la CCE, à condition que ce soit à des fins éducatives et non lucratives et que la source soit mentionnée. La CCE souhaiterait néanmoins recevoir un exemplaire de toute publication ou de tout écrit dont le présent document a servi de source.

Sauf indication contraire, le contenu de cette publication est protégé en vertu d'une licence Creative Commons : Paternité – Pas d'utilisation commerciale – Pas de modification.

© Commission de coopération environnementale, 2026.
ISBN: 978-2-89700-446-0 (version électronique)

Original en anglais.

Disponible en español – ISBN: 978-2-89700-448-4 (versión electrónica)
Available in English – ISBN: 978-2-89700-447-7 (electronic version)

Dépôt légal – *Bibliothèque et Archives nationales du Québec*, 2026
Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2026

Renseignements sur la publication

Type de publication : publication de projet
Date de parution : novembre 2026
Langue d'origine : anglais
Processus d'examen et d'assurance de la qualité :
Examen final par les parties : septembre 2026
QA 417

Projet : Plan opérationnel pour 2024, Stimuler les changements de comportement pour réduire la perte et le gaspillage d'aliments en Amérique du Nord, et une meilleure promotion et adoption des ressources de la CCE sur la perte et le gaspillage d'aliments

Image de la page couverture : xx

Renseignements supplémentaire sur le présent document et les autres publications de la CCE :

Commission de coopération environnementale
1001, boul. Robert-Bourassa, bureau 1620
Montréal (Québec) H3B 4L4
Canada
Tél. : 514 350-4300; téléc. : 438 701-1434
info@cec.org / www.cec.org

Table des matières

Add

Add

Introduction

Les feuilles de travail et les études de cas fournies dans le présent cahier d'exercices accompagnent le guide intitulé *Changer les comportements afin de réduire le gaspillage alimentaire dans les foyers nord-américains — Guide à l'intention des spécialistes : comment utiliser la théorie du changement de comportement pour concevoir vos interventions*[1].

Le guide et les feuilles de travail montrent comment intégrer la théorie du changement de comportement à la conception, à la mise en œuvre et à l'évaluation d'interventions concrètes destinées au grand public, qui visent à réduire le gaspillage alimentaire à la maison.

La série de dix feuilles de travail (modèles) est complétée par deux exemples de feuilles remplies (études de cas), qui montrent comment ces feuilles de travail sont utilisées dans le cadre de projets concrets. Cet outil peut faciliter la mise en œuvre de l'approche en cinq étapes pour le changement de comportement, présentée à la section 5 du *Guide à l'intention des spécialistes*.

Comment les feuilles de travail s'intègrent à l'approche en cinq étapes

Voici un aperçu de la façon dont les feuilles de travail s'intègrent à l'approche en cinq étapes pour le changement de comportement (avec mention de la section correspondante du guide).

Étape 1. Définir le problème de comportement (section 5.1 du guide)

- Utilisez la feuille de travail n° 1.

Étape 2. Diagnostiquer les problèmes de comportement (section 5.2 du guide)

- Utilisez la feuille de travail n° 2 pour la première partie de cette étape, qui consiste à examiner les connaissances existantes et à déterminer les lacunes.
- Utilisez la feuille de travail n° 3 pour la deuxième partie de cette étape, qui consiste à élaborer une théorie et à adopter une stratégie de changement de comportement.

Étape 3. Concevoir la solution (section 5.3 du guide)

- Utilisez la feuille de travail n° 4 pour la première partie de cette étape, durant laquelle vous commencer à imaginer des possibilités d'intervention.
- Utilisez la feuille de travail n° 5 pour la partie suivante de cette étape, qui vous aide à valider vos idées d'intervention à l'aide des cadres EAST et MINDSPACE, présentés à la section 4.4 du guide.
- Utilisez la feuille de travail n° 6 pour la dernière partie, qui consiste à dresser une liste restreinte d'interventions.

[1] Documents préparés par la CCE à l'intention des spécialistes dans le cadre du projet Stimuler les changements de comportement pour réduire la perte et le gaspillage d'aliments en Amérique du Nord, et une meilleure promotion et adoption des ressources de la CCE sur la perte et le gaspillage d'aliments.

Étape 4. Mettre en œuvre un projet pilote (section 5.4 du guide)

- Utilisez la feuille de travail n° 7 pour déterminer qui doit faire quoi, quand, où et pourquoi, afin de mettre en œuvre vos interventions. Cela vous aidera à rédiger votre plan de mise en œuvre, et garantira que les personnes qui y participent connaissent leur rôle et leurs responsabilités.
- Utilisez la feuille de travail n° 8 pour réfléchir à la façon dont vous mesurerez le succès de vos interventions. Cela vous aidera à élaborer votre plan d'évaluation.

Étape 5. Adaptation et mise à l'échelle (section 5.5 du guide)

- Une fois vos interventions mises en œuvre, utilisez la feuille de travail n° 9 pour vous aider à réfléchir au déroulement des activités et à ce que vous pourriez améliorer, le cas échéant, si vous décidez d'étendre la portée de ces interventions.
- Après tout ce travail acharné, vous pouvez envisager de raconter votre histoire au plus grand nombre. Utilisez la feuille de travail n° 10 pour vous aider à structurer ce récit et à déterminer à qui vous souhaitez le raconter.

Comment remplir les feuilles de travail

Consultez la section pertinente du guide pour avoir une vue d'ensemble de la manière dont la feuille de travail s'inscrit dans l'approche en cinq étapes pour le changement de comportement. Lorsque vous utilisez les feuilles de travail, il peut vous être utile de consulter la manière dont les études de cas, (exemples de mise en pratique) ont été réalisées. Ce sont des documents de travail; elles n'ont pas besoin d'être parfaites. Vous souhaiterez peut-être revenir en arrière pour mettre à jour les premières étapes au fur et à mesure que vous progresserez. Votre réflexion se précisera au fil des différentes étapes : cela fait partie intégrante du processus.

Études de cas (exemples de mise en pratique)

Deux séries de fiches de travail remplies sont fournies à titre d'exemples pour illustrer comment elles pourraient être utilisées.

La série 1 provient du programme WRAP Americas (*Water Resources Action Programme*, Programme d'action pour la gestion des ressources en eau), qui visait à élaborer un projet pilote novateur de réduction du gaspillage alimentaire des ménages à Denver, au Colorado (États-Unis). Ce projet misait sur la capacité des gens à évaluer la comestibilité des aliments et leur confiance dans ce processus, afin de les aider à éviter de jeter des aliments propres à la consommation.

La série 2 provient d'un projet de WRAP Americas mené dans le comté de Hamilton, en Ohio (États-Unis), qui mettait l'accent sur l'aide à la gestion des stocks : les gens vérifient les aliments dont ils disposent déjà et les consomment avant d'en acheter d'autres, et on leur explique comment mieux conserver les fruits et légumes frais – dans le réfrigérateur, sur le comptoir ou dans un endroit frais et à l'abri de la lumière.

Feuille de travail 1 :
Étape 1 : Définir le problème de comportement

Étape 1 : Définir le problème de comportement

Avant de concevoir des solutions, il est essentiel de savoir exactement ce que vous essayez de changer et qui vous cherchez à influencer. La présente feuille de travail vous aidera à définir les comportements précis que vous souhaitez changer et à viser le public que vous devrez le plus atteindre. Ensuite, en utilisant une matrice impact/faisabilité, vous examinerez les possibilités qui offriront le plus grand potentiel et qui seront les plus réalistes à exécuter. À la fin de cette activité, vous saurez où concentrer vos énergies, de manière à concevoir des interventions vraiment efficaces.

Préciser le comportement et le public cible

Utilisez le présent tableau pour suivre les étapes en vue de préciser les comportements particuliers et le public cible aux fins de la planification de votre intervention.

Quels comportements précis ciblez-vous?		
Qui doit faire quoi? *Réfléchissez aux groupes de personnes avec lesquels vous devrez collaborer pour cibler le comportement. Travaillerez-vous auprès de citoyens? Dans l'affirmative, avec quels groupes ou segments? Voulez-vous que les responsables des marques ou les détaillants passent à l'action? Les points de vente de nourriture hors domicile pourraient-ils jouer un rôle? Pourrait-il y avoir lieu de faire intervenir les développeurs de produits, les groupes de résidents, les collectivités autochtones, les groupes religieux, les écoles, les gouvernements locaux...? Et bien sûr, vous devrez probablement également travailler avec des bailleurs de fonds.*	Qui	Quoi
	Qui	Quoi
	Qui	Quoi
	Qui	Quoi

L'étape suivante consiste à utiliser la matrice impact/faisabilité ci-dessous, qui vous aidera à déterminer les comportements précis que vous souhaiterez cibler.

Matrice impact/faisabilité

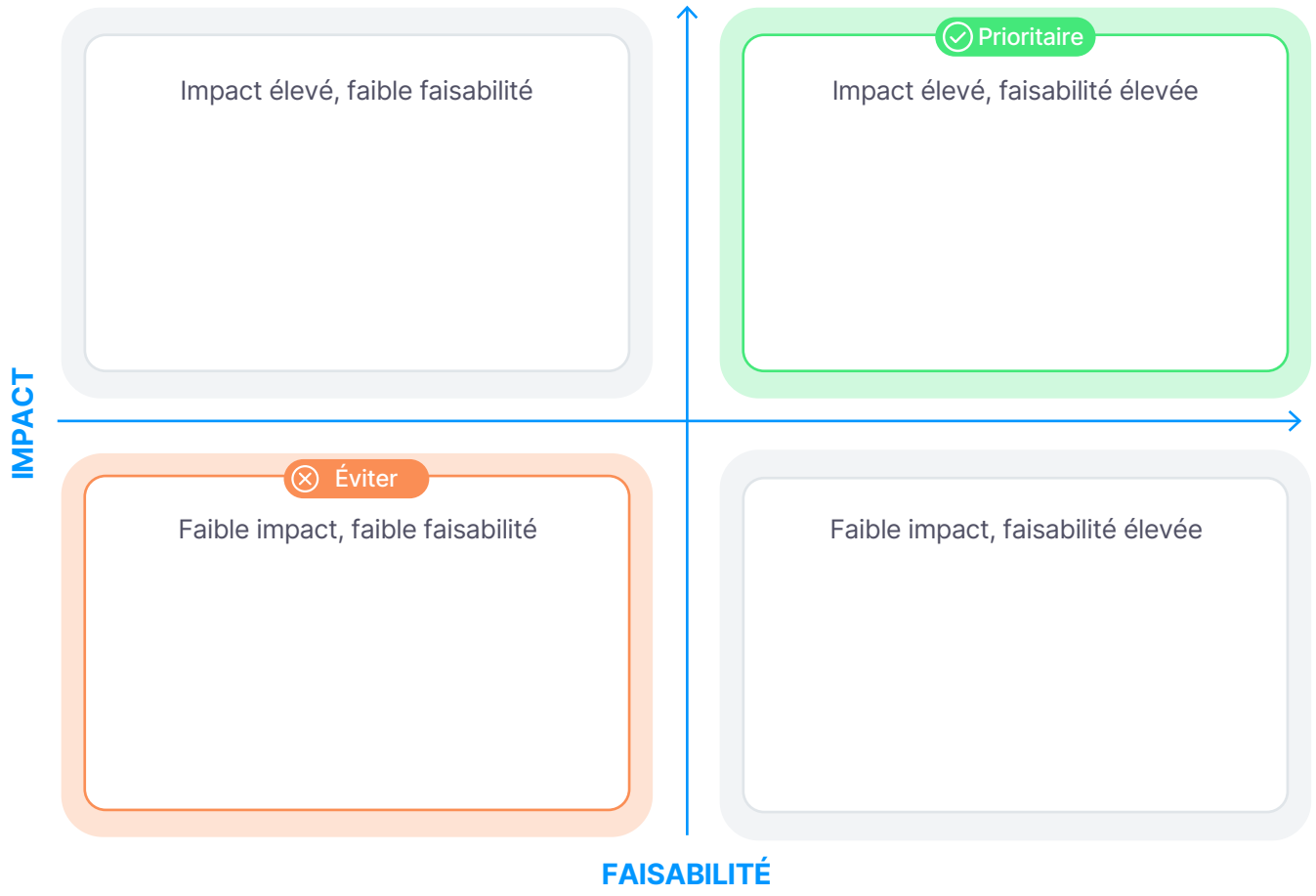
Quels comportements ont un effet marqué et peuvent être changés?

Une matrice impact/faisabilité est un outil qui permet de prioriser vos mesures et de comparer des idées en fonction de leur incidence possible et de leur facilité d'exécution. En schématisant vos idées dans la matrice, vous pourrez déterminer les possibilités qui offrent des gains rapides, celles qui nécessitent une planification plus détaillée et celles qui pourraient ne pas constituer la meilleure utilisation des ressources.

Schématisez chacun des comportements indiqués dans le tableau ci-dessus dans la matrice impact/faisabilité. Certains comportements pourraient être difficiles à influencer, mais cela créerait une énorme différence si vous y parveniez; inscrivez-les dans le cadre supérieur gauche, « Impact élevé, faible faisabilité », du tableau.

D'autres comportements pourraient ne pas avoir un grand effet, mais être très faciles à influencer; inscrivez-les dans le cadre inférieur droit, « Faible impact, faisabilité élevée ». Par ailleurs, plusieurs comportements, pris individuellement, ont un effet négligeable, mais deviennent plus intéressants lorsque vous pouvez en cibler plusieurs facilement. Certains changements de comportement à grand effet pourraient également sembler très faciles à cibler. Inscrivez ces changements de comportement dans le cadre supérieur droit – ils deviennent vos secteurs prioritaires pour la planification d'une intervention. Les comportements que vous inscrivez dans le cadre inférieur gauche sont à éviter, puisqu'ils seraient difficiles à influencer et ne seront pas un facteur décisif relativement au défi comportemental global.

Des exemples préparés pourraient vous aider à commencer.



Ensuite, utilisez le tableau ci-dessous pour réfléchir au public cible de vos interventions. Les exemples préparés pourraient constituer une source d'inspiration.

Public cible Utilisez les cases « Qui », « Quand », « Où » et « Pourquoi » ci-dessous pour réfléchir au public cible pour la planification de vos interventions.			
Qui souhaitez-vous cibler avec votre intervention?	**Quand** est le meilleur moment pour les cibler?	**Où** pouvez-vous les atteindre?	**Pourquoi** souhaitez-vous cibler ce groupe?
Par exemple, les ménages avec enfants	Par l'intermédiaire de leurs enfants au moment du repas du soir	Dans les devoirs de sciences	Les groupes qui gaspillent beaucoup (8,5 tasses par semaine par rapport à 6,2 tasses).

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 1.

Vous utiliserez les comportements et les publics cibles que vous avez définis ici lorsque vous passerez à l'étape 2. À cette étape, vous passerez en revue ce que vous saurez sur les comportements et les publics, vous identifierez les écarts de savoir, puis vous élaborerez votre théorie du changement et créerez votre stratégie de changement de comportement. Allons-y!

Votre progression :



Étape 1 : Définir le problème de comportement

Avant de concevoir des solutions, il est essentiel de savoir exactement ce que vous essayez de changer et qui vous cherchez à influencer. La présente feuille de travail vous aidera à définir les comportements précis que vous souhaitez changer et à viser le public que vous devrez le plus atteindre. Ensuite, en utilisant une matrice impact/faisabilité, vous examinerez les possibilités qui offriront le plus grand potentiel et qui seront les plus réalistes à exécuter. À la fin de cette activité, vous saurez où concentrer vos énergies, de manière à concevoir des interventions vraiment efficaces.

Préciser le comportement et le public cible

Utilisez le présent tableau pour suivre les étapes en vue de préciser les comportements particuliers et le public cible aux fins de la planification de votre intervention.

Quels comportements précis ciblez-vous?	Utiliser la tige de brocoli au lieu de la jeter.	
	Utiliser le test de flottaison de l'œuf comme moyen de vérifier la fraîcheur de l'œuf, plutôt que de se fier à la date indiquée sur l'emballage.	
	Conserver correctement les restes pour les utiliser au lieu de les gaspiller, c'est-à-dire en les étiquetant et en les utilisant dans les quatre jours.	
	Couper les pommes de terre germées et les utiliser au lieu de les jeter.	
	Utiliser vos sens, par exemple le goût et l'odorat, pour vérifier si le lait est bon à consommer, plutôt que de vous fier uniquement à la date sur le contenant.	
	Dans les écoles, encourager les enfants à ne boire du lait que lorsqu'ils le souhaitent (non pas comme une norme).	
Qui doit faire quoi? *Réfléchissez aux groupes de personnes avec lesquels vous devrez collaborer pour cibler le comportement. Travaillerez-vous auprès de citoyens? Dans l'affirmative, avec quels groupes ou segments? Voulez-vous que les responsables des marques ou les détaillants passent à l'action? Les points de vente de nourriture hors domicile pourraient-ils jouer un rôle? Pourrait-il y avoir lieu de faire intervenir les développeurs de produits, les groupes de résidents, les collectivités autochtones, les groupes religieux, les écoles, les gouvernements locaux...? Et bien sûr, vous devrez probablement également travailler avec des bailleurs de fonds.*	Qui Détaillants	Quoi Encourager les citoyens à tirer le meilleur parti de la nourriture qu'ils achètent.
	Qui Citoyens	Quoi Modifier leurs comportements pour tirer le meilleur parti de la nourriture qu'ils achètent.
	Qui Gouvernements locaux, c.-à-d. les municipalités.	Quoi Amplifier le message.
	Qui Écoles	Quoi Apprendre aux élèves à ne prendre que des aliments et des boissons qu'ils sont susceptibles de consommer.

L'étape suivante consiste à utiliser la matrice impact/faisabilité ci-dessous, qui vous aidera à déterminer les comportements précis que vous souhaiterez cibler.

Matrice impact/faisabilité

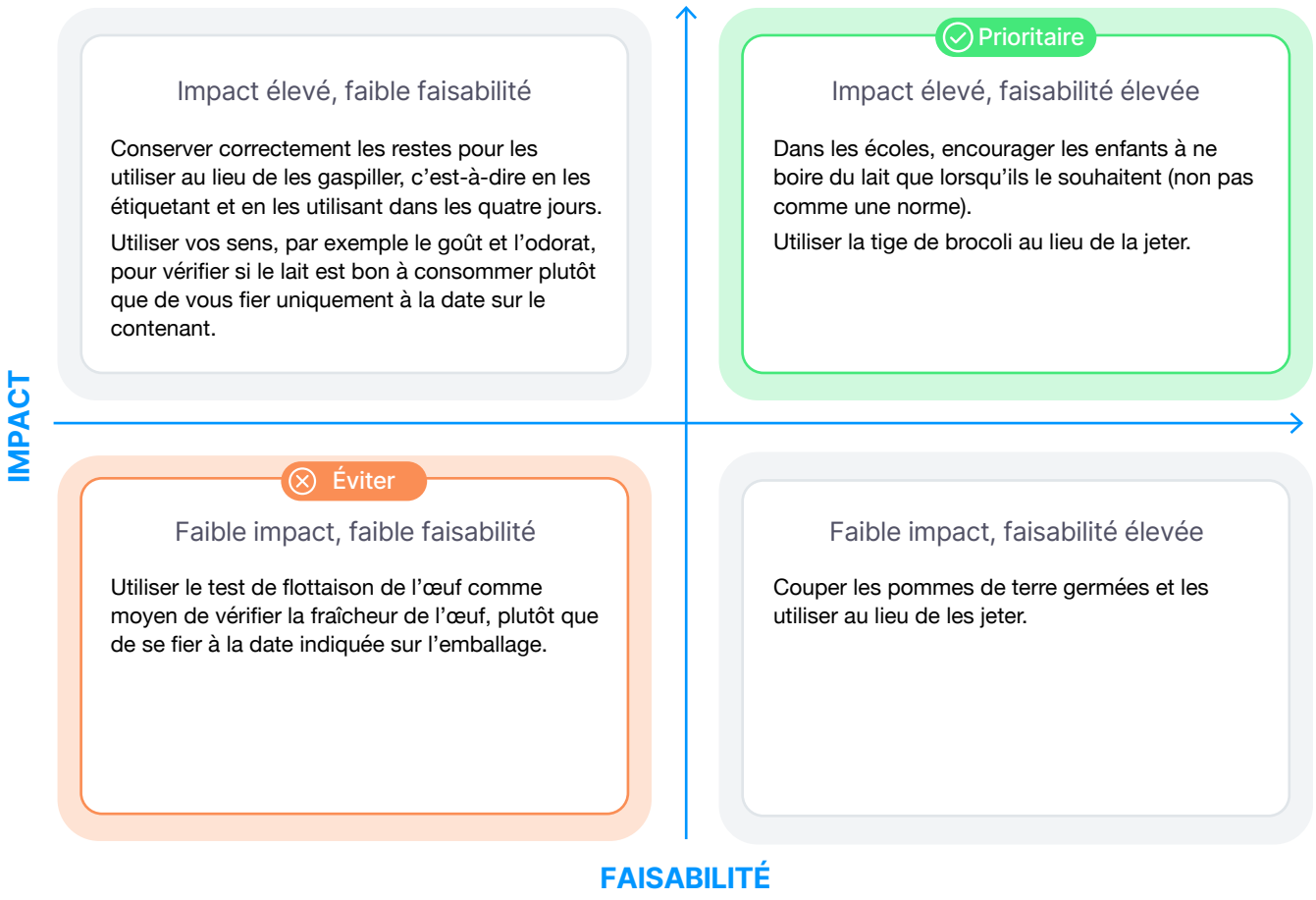
Quels comportements ont un effet marqué et peuvent être changés?

Une matrice impact/faisabilité est un outil qui permet de prioriser vos mesures et de comparer des idées en fonction de leur incidence possible et de leur facilité d'exécution. En schématisant vos idées dans la matrice, vous pourrez déterminer les possibilités qui offrent des gains rapides, celles qui nécessitent une planification plus détaillée et celles qui pourraient ne pas constituer la meilleure utilisation des ressources.

Schématisez chacun des comportements indiqués dans le tableau ci-dessus dans la matrice impact/faisabilité. Certains comportements pourraient être difficiles à influencer, mais cela créerait une énorme différence si vous y parveniez; inscrivez-les dans le cadre supérieur gauche, « Impact élevé, faible faisabilité », du tableau.

D'autres comportements pourraient ne pas avoir un grand effet, mais être très faciles à influencer; inscrivez-les dans le cadre inférieur droit, « Faible impact, faisabilité élevée ». Par ailleurs, plusieurs comportements, pris individuellement, ont un effet négligeable, mais deviennent plus intéressants lorsque vous pouvez en cibler plusieurs facilement. Certains changements de comportement à grand effet pourraient également sembler très faciles à cibler. Inscrivez ces changements de comportement dans le cadre supérieur droit – ils deviennent vos secteurs prioritaires pour la planification d'une intervention. Les comportements que vous inscrivez dans le cadre inférieur gauche sont à éviter, puisqu'ils seraient difficiles à influencer et ne seront pas un facteur décisif relativement au défi comportemental global.

Des exemples préparés pourraient vous aider à commencer.



Ensuite, utilisez le tableau ci-dessous pour réfléchir au public cible de vos interventions. Les exemples préparés pourraient constituer une source d'inspiration.

Public cible
Utilisez les cases « Qui », « Quand », « Où » et « Pourquoi » ci-dessous pour réfléchir au public cible pour la planification de vos interventions.

Qui souhaitez-vous cibler avec votre intervention?	**Quand** est le meilleur moment pour les cibler?	**Où** pouvez-vous les atteindre?	**Pourquoi** souhaitez-vous cibler ce groupe?
Par exemple, les ménages avec enfants	Par l'intermédiaire de leurs enfants au moment du repas du soir	Dans les devoirs de sciences	Les groupes qui gaspillent beaucoup (8,5 tasses par semaine par rapport à 6,2 tasses).
Les écoliers	Un service à l'heure du dîner dans les écoles	Dans leur cantine	Il se gaspille énormément de lait dans les écoles.
Les personnes qui se fient aux dates de péremption indiquées pour jeter les aliments	À la maison	Dans les domiciles Par exemple, dans le réfrigérateur	On a constaté que les personnes qui se fient aux dates de péremption gaspillaient beaucoup dans le cadre des recherches primaires liées au WRAP (*Waste and Resources Action Programme*, programme d'action relatif aux déchets et aux ressources).
Les personnes moins « réticentes au risque » quant à l'utilisation des restes	À la maison	Dans les domiciles Par exemple sur le réfrigérateur, dans les contenants contenant en plastique	Les recherches liées au WRAP ont révélé que de nombreuses personnes jetaient les restes (au lieu de les manger) dans les un à deux jours suivant la cuisson.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 1.

Vous utiliserez les comportements et les publics cibles que vous avez définis ici lorsque vous passerez à l'étape 2. À cette étape, vous passerez en revue ce que vous saurez sur les comportements et les publics, vous identifierez les écarts de savoir, puis vous élaborerez votre théorie du changement et créerez votre stratégie de changement de comportement. Allons-y!

Votre progression :

Étape 1 : Définir le problème de comportement

Avant de concevoir des solutions, il est essentiel de savoir exactement ce que vous essayez de changer et qui vous cherchez à influencer. La présente feuille de travail vous aidera à définir les comportements précis que vous souhaitez changer et à viser le public que vous devrez le plus atteindre. Ensuite, en utilisant une matrice impact/faisabilité, vous examinerez les possibilités qui offriront le plus grand potentiel et qui seront les plus réalistes à exécuter. À la fin de cette activité, vous saurez où concentrer vos énergies, de manière à concevoir des interventions vraiment efficaces.

Préciser le comportement et le public cible

Utilisez le présent tableau pour suivre les étapes en vue de préciser les comportements particuliers et le public cible aux fins de la planification de votre intervention.

Quels comportements précis ciblez-vous?

1. Gestion des stocks; utiliser ce que vous avez dans le frigo avant d'acheter d'autres produits.
2. Comprendre les étiquettes de date.
3. Créer des zones de « produits à consommer en priorité » dans le réfrigérateur.
4. Apprendre de meilleures méthodes de conservation des fruits et légumes frais.

Qui doit faire quoi?

Réfléchissez aux groupes de personnes avec lesquels vous devrez collaborer pour cibler le comportement. Travaillerez-vous auprès de citoyens? Dans l'affirmative, avec quels groupes ou segments? Voulez-vous que les responsables des marques ou les détaillants passent à l'action? Les points de vente de nourriture hors domicile pourraient-ils jouer un rôle? Pourrait-il y avoir lieu de faire intervenir les développeurs de produits, les groupes de résidents, les collectivités autochtones, les groupes religieux, les écoles, les gouvernements locaux...? Et bien sûr, vous devrez probablement également travailler avec des bailleurs de fonds.

Qui: Citoyens	Quoi: 1. Vérifier le contenu du frigo avant de faire les courses. 2. Avoir confiance en sa capacité de comprendre les étiquettes de date. 3. Créer une zone « à consommer en priorité » dans le frigo.4. Stocker les fruits et légumes frais de manière optimale.
Qui: Organismes gouvernementaux locaux	Quoi: 1. Offrir une éducation. 2. Créer des lois. 3. Offrir une éducation. 4. Offrir une éducation.
Qui: Réseau de marchés fermiers et équipes sportives/ installations de sports	Quoi: 1. Offrir une éducation. 2. Offrir une éducation. 3. Offrir une éducation. 4. Offrir une éducation.
Qui: Organismes de récupération de nourriture et entreprises de compostage	Quoi: 1. Offrir une éducation. 2. Offrir une éducation. 3. Offrir une éducation. 4. Offrir une éducation.

L'étape suivante consiste à utiliser la matrice impact/faisabilité ci-dessous, qui vous aidera à déterminer les comportements précis que vous souhaiterez cibler.

Matrice impact/faisabilité

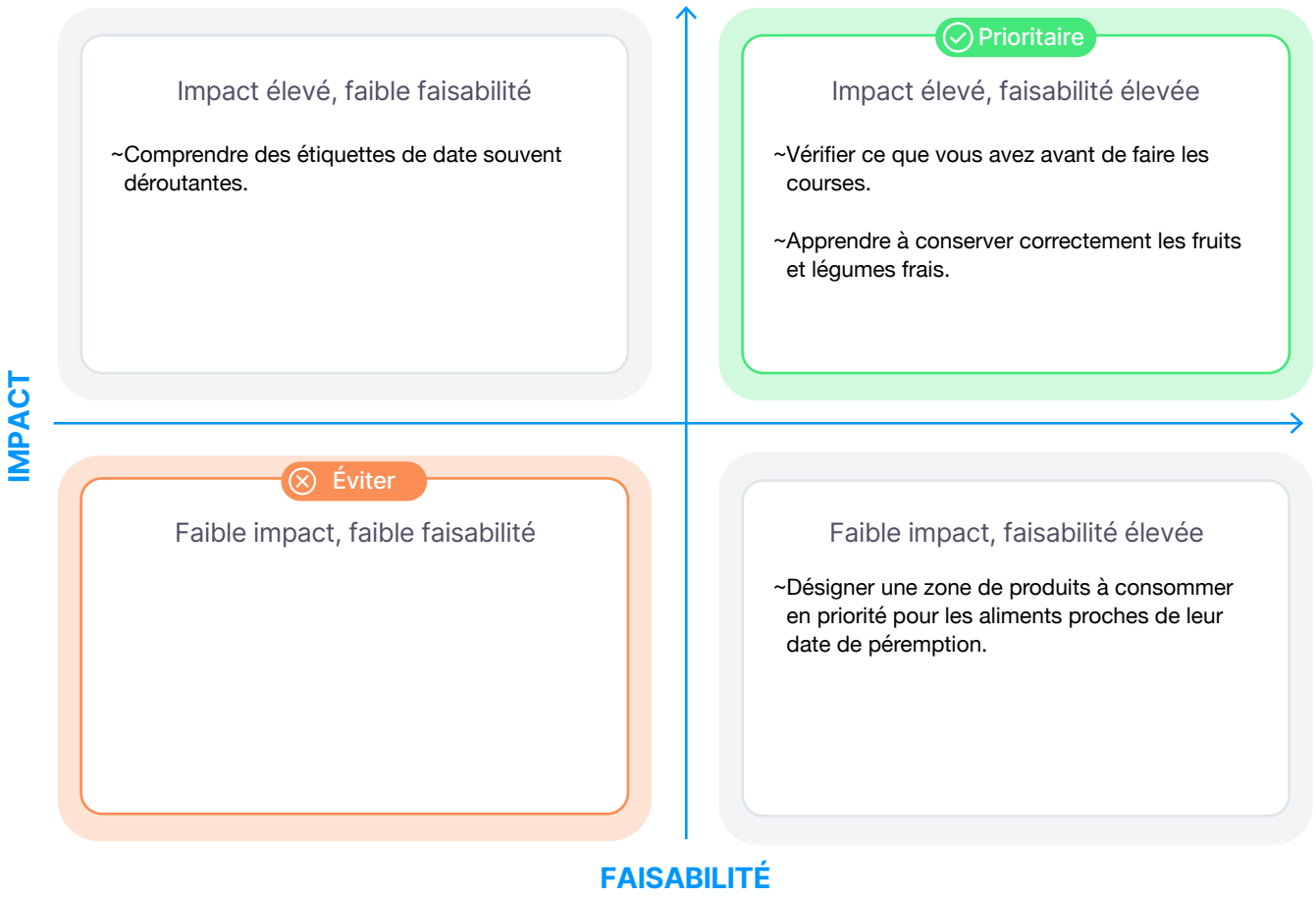
Quels comportements ont un effet marqué et peuvent être changés?

Une matrice impact/faisabilité est un outil qui permet de prioriser vos mesures et de comparer des idées en fonction de leur incidence possible et de leur facilité d'exécution. En schématisant vos idées dans la matrice, vous pourrez déterminer les possibilités qui offrent des gains rapides, celles qui nécessitent une planification plus détaillée et celles qui pourraient ne pas constituer la meilleure utilisation des ressources.

Schématisez chacun des comportements indiqués dans le tableau ci-dessus dans la matrice impact/faisabilité. Certains comportements pourraient être difficiles à influencer, mais cela créerait une énorme différence si vous y parveniez; inscrivez-les dans le cadre supérieur gauche, « Impact élevé, faible faisabilité », du tableau.

D'autres comportements pourraient ne pas avoir un grand effet, mais être très faciles à influencer; inscrivez-les dans le cadre inférieur droit, « Faible impact, faisabilité élevée ». Par ailleurs, plusieurs comportements, pris individuellement, ont un effet négligeable, mais deviennent plus intéressants lorsque vous pouvez en cibler plusieurs facilement. Certains changements de comportement à grand effet pourraient également sembler très faciles à cibler. Inscrivez ces changements de comportement dans le cadre supérieur droit – ils deviennent vos secteurs prioritaires pour la planification d'une intervention. Les comportements que vous inscrivez dans le cadre inférieur gauche sont à éviter, puisqu'ils seraient difficiles à influencer et ne seront pas un facteur décisif relativement au défi comportemental global.

Des exemples préparés pourraient vous aider à commencer.



Ensuite, utilisez le tableau ci-dessous pour réfléchir au public cible de vos interventions. Les exemples préparés pourraient constituer une source d'inspiration.

Public cible
Utilisez les cases « Qui », « Quand », « Où » et « Pourquoi » ci-dessous pour réfléchir au public cible pour la planification de vos interventions.

Qui souhaitez-vous cibler avec votre intervention?	**Quand** est le meilleur moment pour les cibler?	**Où** pouvez-vous les atteindre?	**Pourquoi** souhaitez-vous cibler ce groupe?
Par exemple, les ménages avec enfants	Par l'intermédiaire de leurs enfants au moment du repas du soir	Dans les devoirs de sciences	Les groupes qui gaspillent beaucoup (8,5 tasses par semaine par rapport à 6,2 tasses).
La personne responsable de 50 % des achats de nourriture à domicile	Au moment de planifier les repas de la semaine et les courses	- À domicile, au moyen des ressources d'intervention - Stations d'accès au câble - Abribus	Ils prennent des décisions à domicile au sujet des produits à acheter.
Les membres de la famille qui grignotent de la nourriture provenant du réfrigérateur ou qui préparent leurs propres repas en dehors des principaux repas familiaux	Au moment de décider de ce qu'ils vont manger	À la maison – plus précisément, au réfrigérateur	Ces personnes ne font pas partie des repas prévus et peuvent bouleverser les plans.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 1.

Vous utiliserez les comportements et les publics cibles que vous avez définis ici lorsque vous passerez à l'étape 2. À cette étape, vous passerez en revue ce que vous saurez sur les comportements et les publics, vous identifierez les écarts de savoir, puis vous élaborerez votre théorie du changement et créerez votre stratégie de changement de comportement. Allons-y!

Votre progression :

Feuille de travail 2 :
Étape 2 : Diagnostiquer le défi comportemental

Étape 2 : Diagnostiquer le défi comportemental

Partie 1 – Examiner les renseignements et cerner les lacunes

La présente feuille de travail est conçue pour vous aider à réfléchir à ce que vous savez déjà et à déterminer si plus de recherches sont requises pour combler tout écart de savoir. Elle comprend un tableau COM-B 1 ainsi qu'une série de questions pour déterminer les obstacles qui empêchent les gens d'adopter le comportement cible. Ce processus soutient la conception d'interventions axées sur ce qu'il faut vraiment pour rendre le comportement possible.

Qu'est-ce que le modèle COM-B?

Le modèle COM-B est un outil qui permet de comprendre les paramètres requis pour qu'un comportement se manifeste. Ce modèle explique que trois facteurs : la capacité (C), l'occasion (O) et la motivation (M) agissent sur le comportement (behaviour, B). Voir les définitions ci-dessous.

Application du modèle COM-B

Capacité :
La capacité ou l'aptitude d'une personne à adopter un comportement. Cela peut être **psychologique** (connaissances, compétences cognitives, autorégulation, etc.) ou **physique** (aptitudes physiques, fonctions corporelles, etc.).

+

Occasion :
Tout élément de l'environnement et du contexte externes d'une personne qui influence son comportement. Cela peut être **social** (normes, pression, influences sociales, etc.) ou **physique** (ressources nécessaires pour adopter le comportement).

+

Motivation :
Tous les processus mentaux qui activent et dirigent le comportement. Cela peut être **réflectif** (processus de prise de décision consciente; attitudes et convictions, objectifs et intentions, etc.) ou **automatique** (processus de prise de décisions inconsciente; habitudes, émotions, etc.).

=

Comportement

Comportements et publics cibles :
Vous les avez définis dans la feuille de travail 1. Vous pouvez utiliser la feuille de travail 2 pour chaque combinaison de comportements et de publics.

Répondez aux invites dans le tableau ci-dessous en utilisant vos connaissances existantes et les recherches disponibles.

Capacité	Occasion	Motivation
De quelles habiletés interpersonnelles les gens ont-ils besoin pour adopter le comportement?	Ont-ils le temps et/ou l'espace nécessaires pour adopter le comportement?	Une quelconque partie du comportement est-elle habituelle?
De quelles compétences en matière de prise de décision et de jugement les gens ont-ils besoin pour adopter le comportement?	Voient-ils d'autres personnes modeler le comportement?	Quel rôle l'émotion joue-t-elle pour ce qui est de faciliter ou de prévenir le comportement?
Quelles compétences d'autorégulation les gens doivent-ils développer pour manifester le comportement? Des rappels répétés sont-ils requis pour maintenir leur attention?	Comment croient-ils que les autres percevront le comportement?	Le comportement est-il lié à un sentiment d'identité individuel?

Feuille de travail 2

Capacité	Occasion	Motivation
Qu'est-ce que les gens doivent savoir pour manifester le comportement? Le savent-ils?	Le comportement est-il considéré comme normal? Est-il considéré comme propre à certains groupes?	La personne veut-elle manifester le comportement?
Des renseignements conflictuels font-ils en sorte qu'il est difficile de savoir ce qui est « bien »?	Comment le comportement des gens est-il influencé par le comportement des autres?	La personne croit-elle pouvoir manifester le comportement?
	Les gens ont-ils des outils ou d'autres ressources nécessaires pour effectuer le comportement?	
	Quels facteurs dans l'environnement des gens déclenchent le comportement? Quels facteurs absents de l'environnement pourraient le déclencher?	

Vous avez de la difficulté à répondre aux invites?
Si vous avez de la difficulté à répondre à une invite, notez-le dans le tableau ci-dessous comme élément exigeant plus de recherches. Consignez la manière dont vous recueillerez les renseignements. Il y a une colonne dans laquelle vous pourrez ajouter les nouveaux renseignements une fois que vous les aurez trouvés.

Notez les questions à examiner dans le tableau ci-dessous, et notez comment vous pouvez trouver l'information. Il y a une colonne où vous pourrez ajouter les nouveaux renseignements une fois que vous les aurez trouvés.

Nouveaux renseignements			
COM-B	**Que devez-vous savoir?**	**Comment trouver cette information?**	**Qu'avez-vous appris?** Ajoutez-le dans vos nouveaux renseignements une fois que vous avez effectué vos recherches
Capacité			
Capacité psychologique			
Capacité physique			
Occasion			
Occasion sociale			
Occasion physique			
Motivation			
Motivation réflective			
Motivation automatique			

Bravo, vous avez bien rempli les feuilles de travail 1 et 2.

Une fois que vous aurez recueilli de nouveaux renseignements, vous pourrez revenir à la présente feuille de travail et y ajouter ce que vous aurez appris. Vous utiliserez ensuite les informations des deux premières feuilles de travail (y compris les nouveaux renseignements) dans la feuille de travail 3, où vous terminerez l'étape 2 pour élaborer une théorie du changement et créer une stratégie de changement de comportement.

Votre progression :



Étape 2 : Diagnostiquer le défi comportemental

Partie 1 – Examiner les renseignements et cerner les lacunes

La présente feuille de travail est conçue pour vous aider à réfléchir à ce que vous savez déjà et à déterminer si plus de recherches sont requises pour combler tout écart de savoir. Elle comprend un tableau COM-B 1 ainsi qu'une série de questions pour déterminer les obstacles qui empêchent les gens d'adopter le comportement cible. Ce processus soutient la conception d'interventions axées sur ce qu'il faut vraiment pour rendre le comportement possible.

Qu'est-ce que le modèle COM-B?

Le modèle COM-B est un outil qui permet de comprendre les paramètres requis pour qu'un comportement se manifeste. Ce modèle explique que trois facteurs : la capacité (C), l'occasion (O) et la motivation (M) agissent sur le comportement (behaviour, B). Voir les définitions ci-dessous.

Application du modèle COM-B

Capacité :
La capacité ou l'aptitude d'une personne à adopter un comportement. Cela peut être **psychologique** (connaissances, compétences cognitives, autorégulation, etc.) ou **physique** (aptitudes physiques, fonctions corporelles, etc.).

+

Occasion :
Tout élément de l'environnement et du contexte externes d'une personne qui influence son comportement. Cela peut être **social** (normes, pression, influences sociales, etc.) ou **physique** (ressources nécessaires pour adopter le comportement).

+

Motivation :
Tous les processus mentaux qui activent et dirigent le comportement. Cela peut être **réflectif** (processus de prise de décision consciente; attitudes et convictions, objectifs et intentions, etc.) ou **automatique** (processus de prise de décisions inconsciente; habitudes, émotions, etc.).

=

Comportement

Comportements et publics cibles :
Vous les avez définis dans la feuille de travail 1. Vous pouvez utiliser la feuille de travail 2 pour chaque combinaison de comportements et de publics.

Répondez aux invites dans le tableau ci-dessous en utilisant vos connaissances existantes et les recherches disponibles.

Capacité	Occasion	Motivation
De quelles habiletés interpersonnelles les gens ont-ils besoin pour adopter le comportement?	Ont-ils le temps et/ou l'espace nécessaires pour adopter le comportement?	Une quelconque partie du comportement est-elle habituelle?
S. o.	Oui, à condition qu'ils utilisent déjà du brocoli frais non coupé.	
De quelles compétences en matière de prise de décision et de jugement les gens ont-ils besoin pour adopter le comportement?	Voient-ils d'autres personnes modeler le comportement?	Quel rôle l'émotion joue-t-elle pour ce qui est de faciliter ou de prévenir le comportement?
Comprendre que les tiges de brocoli sont sans danger et bonnes à consommer.	Pas nécessairement, car il est plus normal de ne pas utiliser les tiges.	
Quelles compétences d'autorégulation les gens doivent-ils développer pour manifester le comportement? Des rappels répétés sont-ils requis pour maintenir leur attention?	Comment croient-ils que les autres percevront le comportement?	Le comportement est-il lié à un sentiment d'identité individuel?
S. o.	Probablement de manière étrange, car il est normal de jeter les tiges de brocoli.	

Capacité

Qu'est-ce que les gens doivent savoir pour manifester le comportement? Le savent-ils?

Comme il est indiqué ci-dessus, ils doivent comprendre que les tiges de brocoli sont sans danger et bonnes à consommer.

Des renseignements conflictuels font-ils en sorte qu'il est difficile de savoir ce qui est « bien »?

Il est plus courant de ne pas utiliser les tiges (et le brocoli est parfois vendu sans tiges, par exemple lorsqu'il est congelé), ce qui normalise le fait de ne pas les manger.

Occasion

Le comportement est-il considéré comme normal? Est-il considéré comme propre à certains groupes?

Pas normal. Nous ne savons pas si cela est propre à certains groupes.

Comment le comportement des gens est-il influencé par le comportement des autres?

Leur comportement est influencé par le modelage, surtout dans le cas des jeunes, qui apprennent à cuisiner auprès d'autres membres du foyer.

Les gens ont-ils des outils ou d'autres ressources nécessaires pour effectuer le comportement?

Oui, mais ils pourraient avoir besoin de recettes ou de conseils culinaires.

Quels facteurs dans l'environnement des gens déclenchent le comportement? Quels facteurs absents de l'environnement pourraient le déclencher?

Cuisiner pour soi-même ou pour d'autres (certaines personnes pourraient ne pas être ouvertes à l'idée).

Motivation

La personne veut-elle manifester le comportement?

Oui, car il s'agit d'un comportement très facile, mais il faudrait convaincre les gens d'essayer le comportement.

La personne croit-elle pouvoir manifester le comportement?

Comme ci-dessus.

Vous avez de la difficulté à répondre aux invites?
Si vous avez de la difficulté à répondre à une invite, notez-le dans le tableau ci-dessous comme élément exigeant plus de recherches. Consignez la manière dont vous recueillerez les renseignements. Il y a une colonne dans laquelle vous pourrez ajouter les nouveaux renseignements une fois que vous les aurez trouvés.

Notez les questions à examiner dans le tableau ci-dessous, et notez comment vous pouvez trouver l'information. Il y a une colonne où vous pourrez ajouter les nouveaux renseignements une fois que vous les aurez trouvés.

Nouveaux renseignements			
COM-B	**Que devez-vous savoir?**	**Comment trouver cette information?**	**Qu'avez-vous appris?** Ajoutez-le dans vos nouveaux renseignements une fois que vous avez effectué vos recherches
Capacité			
Capacité psychologique	S. o.		
Capacité physique	Si les gens possèdent ou non des compétences culinaires.	Demander au groupe cible de la campagne au moyen d'un sondage.	
Occasion			
Occasion sociale	Recettes	Travailler avec des entrepreneurs externes.	
Occasion physique			
Motivation			
Motivation réflective			
Motivation automatique	Combien de personnes utilisent ou jettent habituellement la tige?	Demander au groupe cible de la campagne au moyen d'un sondage.	

Bravo, vous avez bien rempli les feuilles de travail 1 et 2.

Une fois que vous aurez recueilli de nouveaux renseignements, vous pourrez revenir à la présente feuille de travail et y ajouter ce que vous aurez appris. Vous utiliserez ensuite les informations des deux premières feuilles de travail (y compris les nouveaux renseignements) dans la feuille de travail 3, où vous terminerez l'étape 2 pour élaborer une théorie du changement et créer une stratégie de changement de comportement.

Votre progression :



Étape 2 : Diagnostiquer le défi comportemental

Partie 1 – Examiner les renseignements et cerner les lacunes

La présente feuille de travail est conçue pour vous aider à réfléchir à ce que vous savez déjà et à déterminer si plus de recherches sont requises pour combler tout écart de savoir. Elle comprend un tableau COM-B 1 ainsi qu'une série de questions pour déterminer les obstacles qui empêchent les gens d'adopter le comportement cible. Ce processus soutient la conception d'interventions axées sur ce qu'il faut vraiment pour rendre le comportement possible.

Qu'est-ce que le modèle COM-B?

Le modèle COM-B est un outil qui permet de comprendre les paramètres requis pour qu'un comportement se manifeste. Ce modèle explique que trois facteurs : la capacité (C), l'occasion (O) et la motivation (M) agissent sur le comportement (behaviour, B). Voir les définitions ci-dessous.

Application du modèle COM-B

Capacité :
La capacité ou l'aptitude d'une personne à adopter un comportement. Cela peut être **psychologique** (connaissances, compétences cognitives, autorégulation, etc.) ou **physique** (aptitudes physiques, fonctions corporelles, etc.).

+

Occasion :
Tout élément de l'environnement et du contexte externes d'une personne qui influence son comportement. Cela peut être **social** (normes, pression, influences sociales, etc.) ou **physique** (ressources nécessaires pour adopter le comportement).

+

Motivation :
Tous les processus mentaux qui activent et dirigent le comportement. Cela peut être **réflectif** (processus de prise de décision consciente; attitudes et convictions, objectifs et intentions, etc.) ou **automatique** (processus de prise de décisions inconsciente; habitudes, émotions, etc.).

=

Comportement

Comportements et publics cibles :
Vous les avez définis dans la feuille de travail 1. Vous pouvez utiliser la feuille de travail 2 pour chaque combinaison de comportements et de publics.

1. Vérifier le contenu du frigo avant de faire les courses (avant d'acheter plus de produits).

2. Avoir confiance en sa capacité de comprendre les étiquettes de date.

- Public : personnes responsables de 50 % des achats de nourriture à domicile.

Répondez aux invites dans le tableau ci-dessous en utilisant vos connaissances existantes et les recherches disponibles.

Capacité	Occasion	Motivation
De quelles habiletés interpersonnelles les gens ont-ils besoin pour adopter le comportement?	Ont-ils le temps et/ou l'espace nécessaires pour adopter le comportement?	Une quelconque partie du comportement est-elle habituelle?
Des habiletés interpersonnelles pour assurer la coordination avec d'autres personnes.	Il ne faut que peu de temps de plus et aucun espace supplémentaire pour faire l'inventaire de ce que vous avez sous la main.	Les habitudes d'achat sont en grande partie routinières. Cela demande un changement d'habitudes, c'est-à-dire de vérifier les stocks avant d'aller au magasin.
De quelles compétences en matière de prise de décision et de jugement les gens ont-ils besoin pour adopter le comportement?	Voient-ils d'autres personnes modeler le comportement?	Quel rôle l'émotion joue-t-elle pour ce qui est de faciliter ou de prévenir le comportement?
Des aptitudes en matière de prise de décisions pour évaluer les vrais besoins.	Peut-être pas suffisamment, puisqu'il s'agit d'un comportement manifesté à domicile, en grande partie par la personne seule.	Une fois que l'on connaît les statistiques relatives au gaspillage (c'est-à-dire le montant et les impacts environnementaux), pourrait devenir un facteur de motivation et forger un lien émotionnel.
Quelles compétences d'autorégulation les gens doivent-ils développer pour manifester le comportement? Des rappels répétés sont-ils requis pour maintenir leur attention?	Comment croient-ils que les autres percevront le comportement?	Le comportement est-il lié à un sentiment d'identité individuel?
Des compétences en autorégulation pour transformer une intention en habitude – il faut de la discipline pour prendre le temps de vérifier le contenu du frigo. La discipline est particulièrement nécessaire si les gens sont portés à oublier.	Universellement perçu comme un comportement futé (c.-à-d. économiser de l'argent) qui transcende l'identité ou les types de gens.	Peut être lié au sentiment d'identité et au sentiment de devoir subvenir aux besoins de ses amis et de ses proches.

Capacité	Occasion	Motivation
Qu'est-ce que les gens doivent savoir pour manifester le comportement? Le savent-ils?	Le comportement est-il considéré comme normal? Est-il considéré comme propre à certains groupes?	La personne veut-elle manifester le comportement?
Ils doivent développer leur confiance et leur compétence en matière de gestion des aliments. Des recettes pour utiliser les restes d'ingrédients.	Ce comportement est souvent invisible.	
Des renseignements conflictuels font-ils en sorte qu'il est difficile de savoir ce qui est « bien »?	Comment le comportement des gens est-il influencé par le comportement des autres?	La personne croit-elle pouvoir manifester le comportement?
Offres en magasin – étalages attirant l'attention des gens vers des ingrédients superflus ou imprévus. Tentation de la publicité.	Influencé par d'autres qui sont perçus comme de bons pourvoyeurs.	
	Les gens ont-ils des outils ou d'autres ressources nécessaires pour effectuer le comportement?	
	La plupart des gens auraient un stylo et du papier ou un cellulaire pour dresser un inventaire écrit.	
	Quels facteurs dans l'environnement des gens déclenchent le comportement? Quels facteurs absents de l'environnement pourraient le déclencher?	

Vous avez de la difficulté à répondre aux invites?
Si vous avez de la difficulté à répondre à une invite, notez-le dans le tableau ci-dessous comme élément exigeant plus de recherches. Consignez la manière dont vous recueillerez les renseignements. Il y a une colonne dans laquelle vous pourrez ajouter les nouveaux renseignements une fois que vous les aurez trouvés.

Notez les questions à examiner dans le tableau ci-dessous, et notez comment vous pouvez trouver l'information. Il y a une colonne où vous pourrez ajouter les nouveaux renseignements une fois que vous les aurez trouvés.

Nouveaux renseignements			
COM-B	**Que devez-vous savoir?**	**Comment trouver cette information?**	**Qu'avez-vous appris?** Ajoutez-le dans vos nouveaux renseignements une fois que vous avez effectué vos recherches
Capacité			
Capacité psychologique			
Capacité physique			
Occasion			
Occasion sociale			
Occasion physique	Y a-t-il des obstacles qui empêchent les gens de dresser un inventaire ?		
Motivation			
Motivation réflective	Il serait utile d'en savoir plus sur les convictions au sujet du besoin de garder un frigo plein/ fournir excessivement. Les gens souhaitent-ils réduire le gaspillage d'aliments ou économiser de l'argent? Qu'est-ce qui les motive le plus?	Sondage auprès des consommateurs/forums communautaires	
Motivation automatique	Il serait utile d'en savoir plus sur les habitudes d'achat.	Sondage auprès des consommateurs	

Bravo, vous avez bien rempli les feuilles de travail 1 et 2.

Une fois que vous aurez recueilli de nouveaux renseignements, vous pourrez revenir à la présente feuille de travail et y ajouter ce que vous aurez appris. Vous utiliserez ensuite les informations des deux premières feuilles de travail (y compris les nouveaux renseignements) dans la feuille de travail 3, où vous terminerez l'étape 2 pour élaborer une théorie du changement et créer une stratégie de changement de comportement.

Votre progression :



Feuille de travail 3 :
Étape 2 : Diagnostiquer le défi comportemental

Étape 2 : Diagnostiquer le défi comportemental

Partie 2 – Élaborer une théorie du changement et créer une stratégie de changement de comportement

En poursuivant l'étape 2, vous diagnostiquerez le défi comportemental afin de concevoir la bonne solution. Dans cette feuille de travail, vous analyserez en profondeur votre objectif comportemental. Vous le décomposerez en ses différentes étapes et vous appliquerez une théorie du changement pour illustrer comment et pourquoi votre intervention sera efficace. À la fin de l'activité, vous comprendrez mieux, éclairé par des données probantes, ce qu'il faut changer, pourquoi c'est important ainsi que quelques façons stratégiques de réaliser ce changement.

Utilisez le contenu des feuilles de travail 1 et 2 pour remplir les tableaux ci-dessous.

Objectif comportemental			
Quel changement global souhaitez-vous voir?			
Quels comportements précis constituent le problème?			
Qui doit...?	Faire quoi différemment?	Quand?	Où?

Théorie du changement

- Dans la case 1 du tableau de théorie du changement ci-dessous, définissez le problème de comportement.
- Ensuite, dans la case 4, décrivez l'effet que vous souhaitez avoir.
- En utilisant la liste des comportements prioritaires de la feuille de travail 1, remplissez la case 3 et toute case supplémentaire en dessous, pour indiquer les résultats à moyen terme qui, selon vous, mèneront à l'effet global.
- Enfin, dans la case 2 et dans les cases en dessous, indiquez les interventions qui contribueront à chaque résultat.
- Vous constaterez peut-être qu'il vous arrivera parfois d'énumérer les interventions dans la case 2, avant d'ajouter les résultats dans la case 3. C'est bien; assurez-vous simplement que les renseignements de la case 2 mènent à ceux de la case 3, ce qui mène à la case 4, pour finalement permettre d'aborder le problème défini dans la case 1.

Problème de comportement	**Case 1 :** Définir le problème

Intervention	**Résultat**	**Effet**
Case 2 : Décrivez l'intervention :	**Case 3 :** Quel changement voulez-vous constater à la suite de l'intervention? Par exemple, que voulez-vous que les gens fassent différemment?	**Case 4 :** Quel est l'effet global des résultats fructueux des interventions combinées?
Intervention :		
Intervention :		

Exemple travaillé :

Problème de comportement	Les gens préparent souvent les légumes de sorte que seule une partie est consommée. Le reste, bien que comestible, est jeté.

Intervention	Résultat	Effet
Par exemple afficher, au point de vente, des informations ou des recettes indiquant aux gens que les pieds, les feuilles et les tiges de légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, sont comestibles et nutritifs.	De plus en plus de gens apprennent que les pieds, les feuilles et les tiges de légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, sont comestibles et nutritifs.	Les gens commencent à utiliser les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, plutôt que de les jeter.
Par exemple, en collaboration avec des fournisseurs de services alimentaires ou des chefs, créer et proposer des recettes qui utilisent les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, que les gens jettent souvent.	De plus en plus de gens découvrent et goûtent, dans des recettes à la mode, les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, que les gens jettent souvent.	
Par exemple offrir des vidéos de démonstration de cuisine de chefs célèbres qui utilisent les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, dans leurs recettes.	Les gens sont motivés à essayer des recettes qui utilisent les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre.	

Stratégie de changement de comportement

Une stratégie de changement de comportement est un plan clair qui vise à aider les gens à apporter des changements positifs à leurs actions en comprenant ce qui rend ces changements plus faciles ou plus difficiles.

1. Objectif comportemental	Précisément, qu'est-ce que les gens devraient faire différemment? Cela vous fournit une description précise des comportements à modifier (copier cette information de la feuille de travail 1)	
2. Public cible	Quelles personnes devraient agir différemment? Inclure des renseignements, s'ils sont disponibles, permettant de comprendre comment et où collaborer avec les membres de groupes ou de segments précis et les atteindre (copier cette information de la feuille de travail 1).	
3. Résumé les informations et les incidences	Que savez-vous des comportements et des publics? Quels sont les obstacles et les facteurs habilitants comportementaux? Décrivez ce que vous savez et ce que cela signifie pour la conception de votre intervention et vos plans d'exécution.	
4. Théorie du changement	Résumez la théorie du changement que vous avez élaborée ci-dessus pour garder cela à l'esprit tout au long des prochaines étapes du processus. Cela pourrait comprendre un résumé des principales hypothèses et des risques.	
5. Techniques et principes	Quels types de techniques comportementales pourraient être utiles? Limitez-vous à celles qui sont réalisables dans le cadre de votre projet (mais vous voudrez peut-être prendre note d'autres techniques qui sont hors de votre contrôle, par exemple un changement de fond ou des lois – pour consultation future). Voir la section 4.4 du guide pour une source d'inspiration	
6. Méthode de mise en œuvre	Suggestions de partenaires et de modes de mise en œuvre auxquels vous pourriez faire appel, allocations budgétaires, échéanciers, etc.	
7. Plan de suivi et d'évaluation	Demandez à quoi on reconnaît le succès (vos indicateurs clés de performance, ou ICP) et réfléchissez à la manière dont vous pouvez mesurer cela.	

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 3.

Vous avez cerné le défi – dans le cadre de l'étape 1 et de l'étape 2. Vous pouvez maintenant commencer à créer une solution à l'étape 3.

Votre progression :



Étape 2 : Diagnostiquer le défi comportemental

Partie 2 – Élaborer une théorie du changement et créer une stratégie de changement de comportement

En poursuivant l'étape 2, vous diagnostiquerez le défi comportemental afin de concevoir la bonne solution. Dans cette feuille de travail, vous analyserez en profondeur votre objectif comportemental. Vous le décomposerez en ses différentes étapes et vous appliquerez une théorie du changement pour illustrer comment et pourquoi votre intervention sera efficace. À la fin de l'activité, vous comprendrez mieux, éclairé par des données probantes, ce qu'il faut changer, pourquoi c'est important ainsi que quelques façons stratégiques de réaliser ce changement.

Utilisez le contenu des feuilles de travail 1 et 2 pour remplir les tableaux ci-dessous.

Objectif comportemental
Quel changement global souhaitez-vous voir?
Influencer la capacité et la confiance des gens nécessaires pour évaluer la comestibilité de la nourriture (et donner suite à leur évaluation) pour éviter de jeter les aliments gaspillés. Plus précisément, utiliser la tige de brocoli au lieu de la jeter.

Quels comportements précis constituent le problème?			
Qui doit...?	Faire quoi différemment?	Quand?	Où?
Citoyens (cuisiner)	Utiliser ou cuire les tiges au lieu de les jeter.	Lorsqu'ils cuisinent.	À la maison.
Citoyens (manger)	Manger les tiges au lieu de les jeter.	Lorsqu'ils mangent.	À la maison.
Détaillants/fabricants/ épiceries/marchés fermiers	Encourager les citoyens à utiliser les tiges, par exemple au moyen de l'étiquette sur l'emballage.	Lorsque les citoyens regardent l'emballage, ou qu'ils achètent du brocoli.	Lors de la présentation ou de la préparation de produits agricoles pour la vente.

Théorie du changement

- Dans la case 1 du tableau de théorie du changement ci-dessous, définissez le problème de comportement.
- Ensuite, dans la case 4, décrivez l'effet que vous souhaitez avoir.
- En utilisant la liste des comportements prioritaires de la feuille de travail 1, remplissez la case 3 et toute case supplémentaire en dessous, pour indiquer les résultats à moyen terme qui, selon vous, mèneront à l'effet global.
- Enfin, dans la case 2 et dans les cases en dessous, indiquez les interventions qui contribueront à chaque résultat.
- Vous constaterez peut-être qu'il vous arrivera parfois d'énumérer les interventions dans la case 2, avant d'ajouter les résultats dans la case 3. C'est bien; assurez-vous simplement que les renseignements de la case 2 mènent à ceux de la case 3, ce qui mène à la case 4, pour finalement permettre d'aborder le problème défini dans la case 1.

Problème de comportement	**Case 1 :** Définir le problème

Intervention	**Résultat**	**Effet**
Case 2 : Décrivez l'intervention :	**Case 3 :** Quel changement voulez-vous constater à la suite de l'intervention? Par exemple, que voulez-vous que les gens fassent différemment?	**Case 4 :** Quel est l'effet global des résultats fructueux des interventions combinées? Les tiges sont utilisées au lieu d'être jetées, ce qui signifie que toutes les parties du brocoli sont utilisées et qu'il y a donc moins de nourriture gaspillée. Les gens pourraient être motivés à commencer à utiliser d'autres parties apparemment non comestibles comme les pelures de pomme de terre, la fane de carotte, etc.
Intervention : Un aimant de réfrigérateur qui incite les gens à utiliser les tiges	On rappelle aux gens d'utiliser les tiges de brocoli lorsqu'ils cuisinent.	
Intervention : Des fiches de recettes utilisant des tiges de brocolis pour les aliments suivants : salade de chou, pesto et soupe	Les recettes inspirent les gens à utiliser les tiges de brocoli.	

Exemple travaillé :

Problème de comportement	Les gens préparent souvent les légumes de sorte que seule une partie est consommée. Le reste, bien que comestible, est jeté.

Intervention	**Résultat**	**Effet**
Par exemple afficher, au point de vente, des informations ou des recettes indiquant aux gens que les pieds, les feuilles et les tiges de légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, sont comestibles et nutritifs.	De plus en plus de gens apprennent que les pieds, les feuilles et les tiges de légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, sont comestibles et nutritifs.	Les gens commencent à utiliser les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, plutôt que de les jeter.
Par exemple, en collaboration avec des fournisseurs de services alimentaires ou des chefs, créer et proposer des recettes qui utilisent les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, que les gens jettent souvent.	De plus en plus de gens découvrent et goûtent, dans des recettes à la mode, les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, que les gens jettent souvent.	
Par exemple offrir des vidéos de démonstration de cuisine de chefs célèbres qui utilisent les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, dans leurs recettes.	Les gens sont motivés à essayer des recettes qui utilisent les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre.	

Stratégie de changement de comportement

Une stratégie de changement de comportement est un plan clair qui vise à aider les gens à apporter des changements positifs à leurs actions en comprenant ce qui rend ces changements plus faciles ou plus difficiles.

1. Objectif comportemental	Précisément, qu'est-ce que les gens devraient faire différemment? Cela vous fournit une description précise des comportements à modifier (copier cette information de la feuille de travail 1)	Utiliser les tiges de brocoli, cuisiner avec elles et les manger au lieu de les jeter.
2. Public cible	Quelles personnes devraient agir différemment? Inclure des renseignements, s'ils sont disponibles, permettant de comprendre comment et où collaborer avec les membres de groupes ou de segments précis et les atteindre (copier cette information de la feuille de travail 1).	Quiconque mange régulièrement du brocoli et n'utilise pas déjà les tiges.
3. Résumé les informations et les incidences	Que savez-vous des comportements et des publics? Quels sont les obstacles et les facteurs habilitants comportementaux? Décrivez ce que vous savez et ce que cela signifie pour la conception de votre intervention et vos plans d'exécution.	Nous savons déjà qu'il est plus normal de ne pas utiliser la tige.
4. Théorie du changement	Résumez la théorie du changement que vous avez élaborée ci-dessus pour garder cela à l'esprit tout au long des prochaines étapes du processus. Cela pourrait comprendre un résumé des principales hypothèses et des risques.	On propose aux gens des suggestions visuelles et on les inspire à utiliser le brocoli dans leurs recettes. Ils utilisent ces interventions, et ainsi moins de parties du brocoli sont gaspillées.
5. Techniques et principes	Quels types de techniques comportementales pourraient être utiles? Limitez-vous à celles qui sont réalisables dans le cadre de votre projet (mais vous voudrez peut-être prendre note d'autres techniques qui sont hors de votre contrôle, par exemple un changement de fond ou des lois – pour consultation future).Voir la section 4.4 du guide pour une source d'inspiration	Raccourcis mnésiques/saillance : le fait de placer les aimants de réfrigérateur à l'endroit où l'on prépare et cuisine les aliments permet de capter l'attention des gens.
6. Méthode de mise en œuvre	Suggestions de partenaires et de modes de mise en œuvre auxquels vous pourriez faire appel, allocations budgétaires, échéanciers, etc.	Les municipalités, les responsables d'événements communautaires, les partenaires d'organisations non gouvernementales (ONG) et les détaillants peuvent distribuer les interventions.
7. Plan de suivi et d'évaluation	Demandez à quoi on reconnaît le succès (vos indicateurs clés de performance, ou ICP) et réfléchissez à la manière dont vous pouvez mesurer cela.	Idéalement, les déchets sont mesurés. Si cela n'est pas possible, procédez à des sondages, avant et après, portant sur les connaissances et le comportement liés à la comestibilité des tiges de brocoli. Vous aurez réussi si plus de gens savent que les tiges sont comestibles et qu'ils les utilisent et les mangent.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 3.

Vous avez cerné le défi – dans le cadre de l'étape 1 et de l'étape 2. Vous pouvez maintenant commencer à créer une solution à l'étape 3.

Votre progression :



Étape 2 : Diagnostiquer le défi comportemental

Partie 2 – Élaborer une théorie du changement et créer une stratégie de changement de comportement

En poursuivant l'étape 2, vous diagnostiquerez le défi comportemental afin de concevoir la bonne solution. Dans cette feuille de travail, vous analyserez en profondeur votre objectif comportemental. Vous le décomposerez en ses différentes étapes et vous appliquerez une théorie du changement pour illustrer comment et pourquoi votre intervention sera efficace. À la fin de l'activité, vous comprendrez mieux, éclairé par des données probantes, ce qu'il faut changer, pourquoi c'est important ainsi que quelques façons stratégiques de réaliser ce changement.

Utilisez le contenu des feuilles de travail 1 et 2 pour remplir les tableaux ci-dessous.

Objectif comportemental			
Quel changement global souhaitez-vous voir?			
1. Les citoyens commencent à utiliser les aliments qu'ils ont déjà dans leur frigo avant d'en acheter d'autres (ou continuent de le faire plus régulièrement). 2. Les citoyens commencent à conserver leurs fruits et légumes frais dans des conditions optimales (ou continuent de le faire plus régulièrement).			
Quels comportements précis constituent le problème?			
Qui doit...?	Faire quoi différemment?	Quand?	Où?
Les personnes responsables de plus de 50 % des achats de nourriture à domicile.	Vérifier le contenu du frigo au moment de décider des repas.	Tout au long de la semaine et au moment de planifier les achats.	Dans la cuisine, le garde-manger ou d'autres lieux de conservation de nourriture dans la maison.

Théorie du changement

- Dans la case 1 du tableau de théorie du changement ci-dessous, définissez le problème de comportement.
- Ensuite, dans la case 4, décrivez l'effet que vous souhaitez avoir.
- En utilisant la liste des comportements prioritaires de la feuille de travail 1, remplissez la case 3 et toute case supplémentaire en dessous, pour indiquer les résultats à moyen terme qui, selon vous, mèneront à l'effet global.
- Enfin, dans la case 2 et dans les cases en dessous, indiquez les interventions qui contribueront à chaque résultat.
- Vous constaterez peut-être qu'il vous arrivera parfois d'énumérer les interventions dans la case 2, avant d'ajouter les résultats dans la case 3. C'est bien; assurez-vous simplement que les renseignements de la case 2 mènent à ceux de la case 3, ce qui mène à la case 4, pour finalement permettre d'aborder le problème défini dans la case 1.

Problème de comportement	**Case 1 :** Définir le problème

Intervention	**Résultat**	**Effet**
Case 2 : Décrivez l'intervention : Plan de repas hebdomadaire – tableau sur le réfrigérateur	**Case 3 :** Quel changement voulez-vous constater à la suite de l'intervention? Par exemple, que voulez-vous que les gens fassent différemment? Les gens dressent la liste des aliments dans leur frigo.	**Case 4 :** Quel est l'effet global des résultats fructueux des interventions combinées?
Intervention : Ruban « à consommer »	Les gens réservent des parties du frigo à des aliments très périssables à consommer ou à joindre à des aliments qui devraient être consommés en priorité.	Réduction du gaspillage alimentaire lié à des achats excessifs.
Intervention : Aimants de réfrigérateur	- On rappelle aux gens d'utiliser d'abord les aliments qu'ils ont dans leur frigo. - Les gens découvrent de nouvelles façons d'utiliser ce qu'ils ont déjà. - Les gens découvrent de nouveaux outils pour recueillir des idées de recettes afin de pouvoir utiliser d'abord ce qu'ils ont dans leur frigo.	

Exemple travaillé :

Problème de comportement	Les gens préparent souvent les légumes de sorte que seule une partie est consommée. Le reste, bien que comestible, est jeté.

Intervention	**Résultat**	**Effet**
Par exemple afficher, au point de vente, des informations ou des recettes indiquant aux gens que les pieds, les feuilles et les tiges de légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, sont comestibles et nutritifs.	De plus en plus de gens apprennent que les pieds, les feuilles et les tiges de légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, sont comestibles et nutritifs.	Les gens commencent à utiliser les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, plutôt que de les jeter.
Par exemple, en collaboration avec des fournisseurs de services alimentaires ou des chefs, créer et proposer des recettes qui utilisent les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, que les gens jettent souvent.	De plus en plus de gens découvrent et goûtent, dans des recettes à la mode, les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, que les gens jettent souvent.	
Par exemple offrir des vidéos de démonstration de cuisine de chefs célèbres qui utilisent les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre, dans leurs recettes.	Les gens sont motivés à essayer des recettes qui utilisent les parties comestibles des légumes, comme les tiges de brocoli, les feuilles de chou-fleur et les tiges de coriandre.	

Stratégie de changement de comportement

Une stratégie de changement de comportement est un plan clair qui vise à aider les gens à apporter des changements positifs à leurs actions en comprenant ce qui rend ces changements plus faciles ou plus difficiles.

1. Objectif comportemental	Précisément, qu'est-ce que les gens devraient faire différemment? Cela vous fournit une description précise des comportements à modifier (copier cette information de la feuille de travail 1)	Vérifier le contenu du frigo avant de planifier les repas et de faire les courses.
2. Public cible	Quelles personnes devraient agir différemment? Inclure des renseignements, s'ils sont disponibles, permettant de comprendre comment et où collaborer avec les membres de groupes ou de segments précis et les atteindre (copier cette information de la feuille de travail 1).	Personnes responsables de 50 % des achats de nourriture à domicile
3. Résumé les informations et les incidences	Que savez-vous des comportements et des publics? Quels sont les obstacles et les facteurs habilitants comportementaux? Décrivez ce que vous savez et ce que cela signifie pour la conception de votre intervention et vos plans d'exécution.	Un préprojet de quantification et de qualification montre que le gaspillage alimentaire se produit dans tous les sous-groupes. Le gaspillage alimentaire manque de visibilité – dans le contexte des problèmes alimentaires plus larges, c'était une préoccupation moyenne. Lorsque cela a été présenté avec une liste de préoccupations liées aux aliments, 16 % des répondants ont classé le gaspillage alimentaire parmi les trois principales préoccupations. C'était sous les prix des aliments (56 %), le fait de pouvoir me permettre suffisamment de nourriture pour moi-même/ma famille (26 %), l'utilisation d'hormones, de stéroïdes ou d'antibiotiques (19 %), l'utilisation de pesticides (19 %), l'intoxication alimentaire (19 %) et la salubrité de la nourriture dans mon alimentation (18 %). Ne pas trop acheter est arrivé au rang le plus bas parmi les compétences de base qui contribuent à réduire le gaspillage alimentaire.
4. Théorie du changement	Résumez la théorie du changement que vous avez élaborée ci-dessus pour garder cela à l'esprit tout au long des prochaines étapes du processus. Cela pourrait comprendre un résumé des principales hypothèses et des risques.	Le fait de réduire le gaspillage alimentaire des ménages en motivant les résidents à vérifier d'abord les stocks d'aliments existants, à planifier leur utilisation et à les utiliser – au moyen de rappels, d'outils et de normes sociales – entraînera un changement de comportement durable, des économies de ressources et une réduction de l'impact environnemental.
5. Techniques et principes	Quels types de techniques comportementales pourraient être utiles? Limitez-vous à celles qui sont réalisables dans le cadre de votre projet (mais vous voudrez peut-être prendre note d'autres techniques qui sont hors de votre contrôle, par exemple un changement de fond ou des lois – pour consultation future).Voir la section 4.4 du guide pour une source d'inspiration	Accroître la visibilité du gaspillage alimentaire. Utiliser l'aversion aux pertes, en soulignant le coût que représentent les aliments jetés. Utiliser des coups de pouce et des rappels opportuns. Essayer d'exploiter l'émotion affective et un effet chaleureux. Envisager des récompenses et des mesures incitatives.
6. Méthode de mise en œuvre	Suggestions de partenaires et de modes de mise en œuvre auxquels vous pourriez faire appel, allocations budgétaires, échéanciers, etc.	Moyens : abribus, murales, bibliothèques, écoles, de la maternelle à la 12e année, cliniques médicales, centres de loisirs, événements, médias sociaux, affichage.
7. Plan de suivi et d'évaluation	Demandez à quoi on reconnaît le succès (vos indicateurs clés de performance, ou ICP) et réfléchissez à la manière dont vous pouvez mesurer cela.	Les bénéficiaires des interventions aiment et utilisent les interventions, sont capables de réduire le gaspillage alimentaire et, habituellement, n'ont pas besoin d'acheter autant de nourriture.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 3.

Vous avez cerné le défi – dans le cadre de l'étape 1 et de l'étape 2. Vous pouvez maintenant commencer à créer une solution à l'étape 3.

Votre progression :



Feuille de travail 4 :
Étape 3 : Concevoir la solution

Étape 3 : Concevoir la solution

Partie 1 – Idéation d'une intervention

Soyons créatifs! La présente feuille de travail vous fera réfléchir aux types d'interventions que vous pourriez choisir comme solutions possibles à votre défi comportemental. Différents types d'interventions sont inclus ci-dessous, ainsi que les avantages et les inconvénients de chaque type ainsi que les principaux facteurs à prendre en considération pour en tirer le meilleur parti.

Lorsque vous aurez rempli cette feuille de travail, vous aurez déterminé les types d'interventions qui conviennent le mieux à votre défi, et vous aurez trouvé des sources d'inspiration pour adapter les choses et créer vos propres interventions. Vous pourrez ensuite mettre vos idées à l'épreuve et créer votre liste restreinte.

Types d'interventions et exemples

Éducation et formation



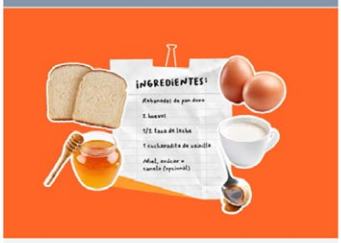
- Cours de cuisine
- Programmes scolaires expliquant l'importance de ne pas gaspiller la nourriture
- Démonstrations de préparation des aliments
- Conseils pour la conservation des aliments

Communications et messages



- Campagne de sensibilisation comme *J'aime manger, pas gaspiller* (Canada)
- Panneaux publicitaires ou affiches
- Bulletins ou publipostages
- Articles de magazines

Engagement/ modelage/normes



- Influenceur·euses (p. ex. chefs) qui montrent ou servent des recettes générant moins de déchets
- Montrer les progrès d'une collectivité par rapport à son objectif de réduction

Conception de services et de processus



- Réfrigérateur communautaire ou table commune pour partager les aliments que certains n'aiment pas
- Portions plus petites à la cantine ou au buffet

Conception de produits et d'emballages



- Emballages avec des compartiments plus petits et « cuire la moitié/congeler la moitié » inscrits sur l'étiquette
- Appli de partage de nourriture
- Outil de planification des repas
- Tableau de rappel du contenu du frigo

Politiques et lois



- Établir des objectifs de réduction du gaspillage
- Simplifier les étiquettes de date
- Politiques de l'assiette vide à l'école
- Amende aux personnes qui laissent des restes dans l'assiette au buffet

Types d'interventions et comparaison

Éducation et formation	Communications et messages	Engagement/ modelage/normes
Avantages	**Avantages**	**Avantages**
Renforce les savoirs, insuffle de la confiance, stimule les habiletés pratiques, la passion et les aptitudes.	Utiles pour appuyer une sensibilisation/ éducation généralisée qui renforce les autres actions.	Élèvent la sensibilisation et les normes sociales comme éléments de motivation.
Inconvénients	**Inconvénients**	**Inconvénients**
Le changement de comportement peut s'estomper en l'absence de renforcement ou de systèmes de soutien.	Peu susceptibles d'entraîner d'autres changements profonds et durables à eux seuls.	Effet de courte durée si ce n'est pas systématique ou combiné à d'autres actions.
Bons trucs	**Bons trucs**	**Bons trucs**
Elles doivent être pratiques et pertinentes, données par des éducateurs de confiance, et liées à des avantages concrets (économies, moins de déchets).	Maintenir un ton uniforme; jouer sur l'aspect émotionnel; adapter en fonction des publics cibles, et les diffuser au bon moment.	Utiliser des messagers/ influenceurs de confiance; souligner les progrès; créer des occasions de mettre en valeur la popularité des initiatives.
$$ **!!**	**$** **!**	**$$** **!!**

Conception de services et de processus	Conception de produits et d'emballages	Politiques et lois
Avantages	**Avantages**	**Avantages**
Offre une aide pratique, améliore l'infrastructure; peut causer quelques perturbations.	Source de nouveauté; possibilité d'améliorer la commodité.	Stimulent le changement systémique; ont un effet durable grâce à la responsabilité.
Inconvénients	**Inconvénients**	**Inconvénients**
Besoin d'un soutien financier et opérationnel/de la collaboration des intervenants.	Pourrait être coûteuse, exige une collaboration des intervenants.	Prennent du temps à mettre en œuvre; dépendent des mesures d'application et de la volonté politique.
Bons trucs	**Bons trucs**	**Bons trucs**
Il faut créer le besoin, idéalement grâce à l'engagement à l'échelle locale.	Il faut répondre aux besoins réels, garantir l'abordabilité, déterminer si l'encadrement du gaspillage alimentaire facilite l'adoption ou lui nuit.	Adapter aux objectifs nationaux et locaux; veiller à l'équité et à la faisabilité; combiner aux communications à l'appui de la conformité.
$$$ **!!!**	**$$$** **!!!**	**$$$** **!!!**

Remarque : le coût de chaque type d'intervention peut être faible (**$**) moyen (**$$**) ou élevé (**$$$**). Le degré de complexité/d'effort peut être faible (**!**), moyen (**!!**) ou élevé (**!!!**).

Utilisez ce tableau qui vous aidera à décider quels types d'interventions pourraient être utiles.

Type d'intervention	✓ — or — ✗	Qui, quoi, quand?	Type d'intervention	✓ — or — ✗	Qui, quoi, quand?
Éducation et formation : Fournir des renseignements pour développer les connaissances ou les compétences nécessaires au renforcement des capacités.	☐		**Conception de services et de processus :** Ajuster le système et l'environnement pour rendre un comportement souhaité plus facile et plus pratique.	☐	
Communications et messages : Expliquer et montrer aux gens comment se comporter en les sensibilisant à la question ou en élaborant un récit.	☐		**Conception de produits et d'emballages :** Apporter des changements pour intégrer des facteurs habilitants de système, par exemple facilité, commodité et prix, afin de rendre le comportement souhaité plus probable.	☐	
Engagement/ modelage/normes sociales Campagnes de mobilisation avec une mission partagée; participation communautaire; démonstrations d'influenceurs; tribunes.	☐		**Politiques et mesures législatives :** Apporter des changements (ou en préconiser) qui sanctionneront les comportements indésirables et récompenseront les comportements souhaitables.	☐	

Maintenant que vous avez sélectionné des types d'interventions, insérez vos exemples préférés dans le tableau ci-dessous.

Type d'intervention				
Qui, quoi, quand				
Exemples comme sources d'inspiration (ajouter une description ou un lien)				
Ce que vous aimez de ces exemples				
Ce que vous changerez ou ajouterez pour adapter les choses à vos besoins				

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 4.

Vous parvenez à vos solutions grâce à une liste de vos idées préférées. L'étape suivante consistera à développer vos idées et à les mettre à l'épreuve en utilisant la feuille de travail 5. Voyons comment elles fonctionnent!

Votre progression :



Étape 3 : Concevoir la solution

Partie 1 – Idéation d'une intervention

Soyons créatifs! La présente feuille de travail vous fera réfléchir aux types d'interventions que vous pourriez choisir comme solutions possibles à votre défi comportemental. Différents types d'interventions sont inclus ci-dessous, ainsi que les avantages et les inconvénients de chaque type ainsi que les principaux facteurs à prendre en considération pour en tirer le meilleur parti.

Lorsque vous aurez rempli cette feuille de travail, vous aurez déterminé les types d'interventions qui conviennent le mieux à votre défi, et vous aurez trouvé des sources d'inspiration pour adapter les choses et créer vos propres interventions. Vous pourrez ensuite mettre vos idées à l'épreuve et créer votre liste restreinte.

Types d'interventions et exemples

Éducation et formation



- Cours de cuisine
- Programmes scolaires expliquant l'importance de ne pas gaspiller la nourriture
- Démonstrations de préparation des aliments
- Conseils pour la conservation des aliments

Communications et messages



- Campagne de sensibilisation comme *J'aime manger, pas gaspiller* (Canada)
- Panneaux publicitaires ou affiches
- Bulletins ou publipostages
- Articles de magazines

Engagement/ modelage/normes



- Influenceur·euses (p. ex. chefs) qui montrent ou servent des recettes générant moins de déchets
- Montrer les progrès d'une collectivité par rapport à son objectif de réduction

Conception de services et de processus



- Réfrigérateur communautaire ou table commune pour partager les aliments que certains n'aiment pas
- Portions plus petites à la cantine ou au buffet

Conception de produits et d'emballages



- Emballages avec des compartiments plus petits et « cuire la moitié/congeler la moitié » inscrits sur l'étiquette
- Appli de partage de nourriture
- Outil de planification des repas
- Tableau de rappel du contenu du frigo

Politiques et lois



- Établir des objectifs de réduction du gaspillage
- Simplifier les étiquettes de date
- Politiques de l'assiette vide à l'école
- Amende aux personnes qui laissent des restes dans l'assiette au buffet

Types d'interventions et comparaison

Éducation et formation	
Avantages	
Renforce les savoirs, insuffle de la confiance, stimule les habiletés pratiques, la passion et les aptitudes.	
Inconvénients	
Le changement de comportement peut s'estomper en l'absence de renforcement ou de systèmes de soutien.	
Bons trucs	
Elles doivent être pratiques et pertinentes, données par des éducateurs de confiance, et liées à des avantages concrets (économies, moins de déchets).	
$$	**!!**

Communications et messages	
Avantages	
Utiles pour appuyer une sensibilisation/ éducation généralisée qui renforce les autres actions.	
Inconvénients	
Peu susceptibles d'entraîner d'autres changements profonds et durables à eux seuls.	
Bons trucs	
Maintenir un ton uniforme; jouer sur l'aspect émotionnel; adapter en fonction des publics cibles, et les diffuser au bon moment.	
$	**!**

Engagement/ modelage/normes	
Avantages	
Élèvent la sensibilisation et les normes sociales comme éléments de motivation.	
Inconvénients	
Effet de courte durée si ce n'est pas systématique ou combiné à d'autres actions.	
Bons trucs	
Utiliser des messagers/ influenceurs de confiance; souligner les progrès; créer des occasions de mettre en valeur la popularité des initiatives.	
$$	**!!**

Conception de services et de processus	
Avantages	
Offre une aide pratique, améliore l'infrastructure; peut causer quelques perturbations.	
Inconvénients	
Besoin d'un soutien financier et opérationnel/de la collaboration des intervenants.	
Bons trucs	
Il faut créer le besoin, idéalement grâce à l'engagement à l'échelle locale.	
$$$	**!!!**

Conception de produits et d'emballages	
Avantages	
Source de nouveauté; possibilité d'améliorer la commodité.	
Inconvénients	
Pourrait être coûteuse, exige une collaboration des intervenants.	
Bons trucs	
Il faut répondre aux besoins réels, garantir l'abordabilité, déterminer si l'encadrement du gaspillage alimentaire facilite l'adoption ou lui nuit.	
$$$	**!!!**

Politiques et lois	
Avantages	
Stimulent le changement systémique; ont un effet durable grâce à la responsabilité.	
Inconvénients	
Prennent du temps à mettre en œuvre; dépendent des mesures d'application et de la volonté politique.	
Bons trucs	
Adapter aux objectifs nationaux et locaux; veiller à l'équité et à la faisabilité; combiner aux communications à l'appui de la conformité.	
$$$	**!!!**

Remarque : le coût de chaque type d'intervention peut être faible (**$**) moyen (**$$**) ou élevé (**$$$**). Le degré de complexité/d'effort peut être faible (**!**), moyen (**!!**) ou élevé (**!!!**).

Utilisez ce tableau qui vous aidera à décider quels types d'interventions pourraient être utiles.

Type d'intervention	✓ — or — ✗	Qui, quoi, quand?	Type d'intervention	✓ — or — ✗	Qui, quoi, quand?
Éducation et formation : Fournir des renseignements pour développer les connaissances ou les compétences nécessaires au renforcement des capacités.	✓	Qui : détaillants. Quoi : apprendre aux gens que les tiges de brocoli sont comestibles et leur enseigner des manières savoureuses de les utiliser. Quand : au point de vente avec un article à emporter, par exemple, une fiche de recette.	**Conception de services et de processus :** Ajuster le système et l'environnement pour rendre un comportement souhaité plus facile et plus pratique.		
Communications et messages : Expliquer et montrer aux gens comment se comporter en les sensibilisant à la question ou en élaborant un récit.	✓	Qui : équipe de campagne. Quoi : messages visant à rappeler aux gens que les tiges de brocoli sont comestibles. Quand : un coup de pouce opportun à l'endroit où l'on prépare et cuisine les tiges de brocoli, par exemple sur le réfrigérateur.	**Conception de produits et d'emballages :** Apporter des changements pour intégrer des facteurs habilitants de système, par exemple facilité, commodité et prix, afin de rendre le comportement souhaité plus probable.	✓	Qui : équipe de campagne. Quoi : élaborer un aimant de réfrigérateur qui rappelle aux gens d'utiliser les tiges de brocoli au lieu de les jeter. Quand : ce type d'aimant peut être distribué dans le cadre de divers événements.
Engagement/ modelage/normes sociales Campagnes de mobilisation avec une mission partagée; participation communautaire; démonstrations d'influenceurs; tribunes.	✓	Qui : équipe de campagne. Quoi :campagne en ligne tenue sur un microsite avec des médias sociaux accompagnés partagés par les partenaires d'exécution de la campagne.	**Politiques et mesures législatives :** Apporter des changements (ou en préconiser) qui sanctionneront les comportements indésirables et récompenseront les comportements souhaitables.		

Maintenant que vous avez sélectionné des types d'interventions, insérez vos exemples préférés dans le tableau ci-dessous.

Type d'intervention	Éducation et formation	Communications et messages	Engagement /modelage/normes sociales	Conception de produits
Qui, quoi, quand	Qui : détaillants. Quoi : fiches de recettes pour apprendre aux gens que les tiges de brocoli sont comestibles et leur enseigner des manières savoureuses de les utiliser. Quand : au point de vente avec un article à emporter.	Qui : équipe de campagne. Quoi : aimant de réfrigérateur visant à rappeler aux gens que les tiges de brocoli sont comestibles. Quand : des aimants de réfrigérateur donnent un coup de pouce opportun à l'endroit où l'on prépare et cuisine les tiges de brocoli.	Qui : équipe de campagne. Quoi : campagne en ligne tenue sur un microsite avec des médias sociaux accompagnés partagés par les partenaires d'exécution de la campagne.	Qui : équipe de campagne. Quoi : élaborer un aimant de réfrigérateur qui rappelle aux gens d'utiliser les tiges de brocoli au lieu de les jeter. Ce type d'aimant peut être distribué dans le cadre de divers événements.
Exemples comme sources d'inspiration (ajouter une description ou un lien)	Vidéos de la chef Mariana Orozco. Fiches de recettes par les responsables de la campagne JMPG.	Aimants de réfrigérateur alimentaires M MORCART 93 pour une liste de courses visuelle répétitive et un suivi facile de l'inventaire du réfrigérateur sur Amazon, https://www.amazon.co.uk/Mama- Kitchen-96PCS-Refrigerator-magnets/dp/B08HMJ2FFX.	Le site Web de la campagne *J'aime manger, pas gaspiller* (Canada) comporte une section de recettes.	Voir la colonne 2.
Ce que vous aimez de ces exemples	Les recettes contribuent à l'assimilation des normes sociales. Bonne occasion d'influencer.	Vous voyez l'aimant chaque fois que vous vous rendez au réfrigérateur.	Une bonne façon de présenter des idées de recettes.	Très visuel et facile à comprendre. Le bon moment et le bon endroit.
Ce que vous changerez ou ajouterez pour adapter les choses à vos besoins	Trouver des recettes propres aux tiges de brocoli.	Concevoir les communications pour les rendre visuellement plus attrayantes et fournir davantage d'indications (au moyen de mots) sous forme d'invites, plutôt que de se fier uniquement à l'image.	Encourager le partage de recettes et le recours à des influenceurs.	Concevoir les produits pour les rendre visuellement plus attrayantes et fournir davantage d'indications (au moyen de mots) sous forme d'invites plutôt que de se fier uniquement à l'image.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 4.

Vous parvenez à vos solutions grâce à une liste de vos idées préférées. L'étape suivante consistera à développer vos idées et à les mettre à l'épreuve en utilisant la feuille de travail 5. Voyons comment elles fonctionnent!

Votre progression :



Étape 3 : Concevoir la solution

Partie 1 – Idéation d'une intervention

Soyons créatifs! La présente feuille de travail vous fera réfléchir aux types d'interventions que vous pourriez choisir comme solutions possibles à votre défi comportemental. Différents types d'interventions sont inclus ci-dessous, ainsi que les avantages et les inconvénients de chaque type ainsi que les principaux facteurs à prendre en considération pour en tirer le meilleur parti.

Lorsque vous aurez rempli cette feuille de travail, vous aurez déterminé les types d'interventions qui conviennent le mieux à votre défi, et vous aurez trouvé des sources d'inspiration pour adapter les choses et créer vos propres interventions. Vous pourrez ensuite mettre vos idées à l'épreuve et créer votre liste restreinte.

Types d'interventions et exemples

Éducation et formation



- Cours de cuisine
- Programmes scolaires expliquant l'importance de ne pas gaspiller la nourriture
- Démonstrations de préparation des aliments
- Conseils pour la conservation des aliments

Communications et messages



- Campagne de sensibilisation comme *J'aime manger, pas gaspiller* (Canada)
- Panneaux publicitaires ou affiches
- Bulletins ou publipostages
- Articles de magazines

Engagement/ modelage/normes



- Influenceur·euses (p. ex. chefs) qui montrent ou servent des recettes générant moins de déchets
- Montrer les progrès d'une collectivité par rapport à son objectif de réduction

Conception de services et de processus



- Réfrigérateur communautaire ou table commune pour partager les aliments que certains n'aiment pas
- Portions plus petites à la cantine ou au buffet

Conception de produits et d'emballages



- Emballages avec des compartiments plus petits et « cuire la moitié/congeler la moitié » inscrits sur l'étiquette
- Appli de partage de nourriture
- Outil de planification des repas
- Tableau de rappel du contenu du frigo

Politiques et lois



- Établir des objectifs de réduction du gaspillage
- Simplifier les étiquettes de date
- Politiques de l'assiette vide à l'école
- Amende aux personnes qui laissent des restes dans l'assiette au buffet

Types d'interventions et comparaison

Éducation et formation	
Avantages	
Renforce les savoirs, insuffle de la confiance, stimule les habiletés pratiques, la passion et les aptitudes.	
Inconvénients	
Le changement de comportement peut s'estomper en l'absence de renforcement ou de systèmes de soutien.	
Bons trucs	
Elles doivent être pratiques et pertinentes, données par des éducateurs de confiance, et liées à des avantages concrets (économies, moins de déchets).	
$$	**!!**

Communications et messages	
Avantages	
Utiles pour appuyer une sensibilisation/ éducation généralisée qui renforce les autres actions.	
Inconvénients	
Peu susceptibles d'entraîner d'autres changements profonds et durables à eux seuls.	
Bons trucs	
Maintenir un ton uniforme; jouer sur l'aspect émotionnel; adapter en fonction des publics cibles, et les diffuser au bon moment.	
$	**!**

Engagement/ modelage/normes	
Avantages	
Élèvent la sensibilisation et les normes sociales comme éléments de motivation.	
Inconvénients	
Effet de courte durée si ce n'est pas systématique ou combiné à d'autres actions.	
Bons trucs	
Utiliser des messagers/ influenceurs de confiance; souligner les progrès; créer des occasions de mettre en valeur la popularité des initiatives.	
$$	**!!**

Conception de services et de processus	
Avantages	
Offre une aide pratique, améliore l'infrastructure; peut causer quelques perturbations.	
Inconvénients	
Besoin d'un soutien financier et opérationnel/de la collaboration des intervenants.	
Bons trucs	
Il faut créer le besoin, idéalement grâce à l'engagement à l'échelle locale.	
$$$	**!!!**

Conception de produits et d'emballages	
Avantages	
Source de nouveauté; possibilité d'améliorer la commodité.	
Inconvénients	
Pourrait être coûteuse, exige une collaboration des intervenants.	
Bons trucs	
Il faut répondre aux besoins réels, garantir l'abordabilité, déterminer si l'encadrement du gaspillage alimentaire facilite l'adoption ou lui nuit.	
$$$	**!!!**

Politiques et lois	
Avantages	
Stimulent le changement systémique; ont un effet durable grâce à la responsabilité.	
Inconvénients	
Prennent du temps à mettre en œuvre; dépendent des mesures d'application et de la volonté politique.	
Bons trucs	
Adapter aux objectifs nationaux et locaux; veiller à l'équité et à la faisabilité; combiner aux communications à l'appui de la conformité.	
$$$	**!!!**

Remarque : le coût de chaque type d'intervention peut être faible (**$**) moyen (**$$**) ou élevé (**$$$**). Le degré de complexité/d'effort peut être faible (**!**), moyen (**!!**) ou élevé (**!!!**).

Utilisez ce tableau qui vous aidera à décider quels types d'interventions pourraient être utiles.

Type d'intervention	✓ — or — ✗	Qui, quoi, quand?	Type d'intervention	✓ — or — ✗	Qui, quoi, quand?
Éducation et formation : Fournir des renseignements pour développer les connaissances ou les compétences nécessaires au renforcement des capacités.	☐		**Conception de services et de processus :** Ajuster le système et l'environnement pour rendre un comportement souhaité plus facile et plus pratique.	☐	
Communications et messages : Expliquer et montrer aux gens comment se comporter en les sensibilisant à la question ou en élaborant un récit.	☑	Les marchés fermiers et les détaillants pourraient offrir des conseils sur la conservation des fruits et légumes frais.	**Conception de produits et d'emballages :** Apporter des changements pour intégrer des facteurs habilitants de système, par exemple facilité, commodité et prix, afin de rendre le comportement souhaité plus probable.	☑	Outils visuels pour les citoyens – donner un coup de pouce au point de décision, par exemple sur le réfrigérateur et le congélateur. Outils qui renforcent la sensibilisation et les compétences.
Engagement/ modelage/normes sociales Campagnes de mobilisation avec une mission partagée; participation communautaire; démonstrations d'influenceurs; tribunes.	☑	Des fourre-tout avec des conseils de conservation pourraient procurer un aspect social, car on les verrait partout.	**Politiques et mesures législatives :** Apporter des changements (ou en préconiser) qui sanctionneront les comportements indésirables et récompenseront les comportements souhaitables.	☐	

Maintenant que vous avez sélectionné des types d'interventions, insérez vos exemples préférés dans le tableau ci-dessous.

Type d'intervention	Communication/ message	Produit	Engagement /modelage/normes sociales	Engagement/ modelage/normes sociales
Qui, quoi, quand	Hors domicile – conseils de conservation des fruits et légumes frais que les marchés fermiers et les détaillants afficheront sur les produits À domicile : peut-être une incitation visuelle sur le réfrigérateur	Un type quelconque d'outil de planification à utiliser à domicile	Un fourre-tout imprimé avec des conseils pour une conservation optimale. Cela servirait de petit coup de pouce au moment du déballage des achats, ainsi que de modèle et de norme s'il était vu par d'autres personnes au marché ou en magasin.	Quelque chose que les gens collectionneraient? Comme des aimants de réfrigérateur.
Exemples comme sources d'inspiration (ajouter une description ou un lien)				
Ce que vous aimez de ces exemples	Conseils de conservation par petites portions Accrocheurs	Disposition claire et facile à remplir	Bonne occasion de présenter le projet et d'encourager les conversations avec un coup de pouce au bon moment et bon endroit	Possibilité de collectionner procurant une ambiance de normes sociales et de positivité
Ce que vous changerez ou ajouterez pour adapter les choses à vos besoins	Quelque chose de pratique à utiliser dans les marchés fermiers et nécessitant un moyen de le réitérer à la maison.	Se concentrer sur l'inventaire (c'est-à-dire avant la liste d'épicerie). Peut-être un gros aimant de réfrigérateur pour ce qui s'y trouve.	S'assurer que cela présente les produits les plus couramment gaspillés aux États-Unis.	Harmoniser avec les messages de la campagne. Un rappel à la maison des messages hors domicile.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 4.

Vous parvenez à vos solutions grâce à une liste de vos idées préférées. L'étape suivante consistera à développer vos idées et à les mettre à l'épreuve en utilisant la feuille de travail 5. Voyons comment elles fonctionnent!

Votre progression :

Feuille de travail 5 :
Étape 3 : Concevoir la solution

Étape 3 : Concevoir la solution

Partie 2 - Utiliser les cadres EAST et MINDSPACE pour créer des interventions efficaces

Bravo, vous avez maintenant terminé la moitié des feuilles de travail!

La présente feuille de travail vous aidera à mettre à l'épreuve vos idées tirées de la feuille de travail 4 au moyen d'un aide-mémoire et de directives visant la manière d'appliquer les cadres EAST et MINDSPACE à la conception de votre intervention. Lorsque vous aurez rempli cette feuille de travail, vous saurez mieux comment maximiser l'efficacité de votre intervention. Utilisez cette feuille de travail pour chaque idée d'intervention élaborée dans la feuille de travail 4.

Cadre EAST

Le cadre EAST est un outil utile pour concevoir des interventions pour changer les comportements. L'utilisation des indices du cadre EAST vous aidera à évaluer des interventions et à établir une liste restreinte de celles qui pourraient avoir le plus grand effet. Cet outil pourra également vous aider à concevoir une intervention particulière de manière à améliorer son efficacité.



Facile (*easy*, « E »)
Rendre le comportement souhaité aussi simple et pratique que possible.



Attrayante (« A »)
Capter l'attention des gens et mettre clairement en évidence les avantages.



Sociale (« S »)
Montrer que d'autres personnes le font, pour créer une pression sociale positive.



Opportune (*timely*, « T »)
Inciter les gens à agir ou à prendre des décisions au moment où ils sont le plus susceptibles de le faire.

Feuille de travail 5

Énumérez vos interventions potentielles et notez la manière dont chacune répond aux quatre exigences du cadre EAST.

Intervention	Facile?	Attrayante?	Sociale?	Opportune?

Cadre MINDSPACE

Le cadre MINDSPACE est un outil utile pour concevoir des interventions de changement de comportement. La mnémonique MINDSPACE pourra vous aider à évaluer des interventions et à établir une liste restreinte de celles qui offrent le plus grand effet. Cet outil pourra également vous aider à concevoir une intervention particulière de manière à améliorer son efficacité.

Intervention	Décrivez brièvement votre intervention :

Répondez maintenant aux questions ci-dessous.

Qui est le **messager** (de confiance)?	
Quelles mesures **incitatives** la campagne offre-t-elle?	
Dans quelles **normes** sociales puise-t-elle?	
Le comportement souhaité est-il obtenu **par défaut?**	
Saillance : comment la campagne captera-t-elle l'attention des gens et rendra-t-elle le sujet pertinent pour eux?	
Puisez-vous dans les signaux subconscients pour appuyer le **conditionnement?**	
Affect : faites-vous appel aux émotions des gens?	
Encouragez-vous les gens à prendre des **engagements** (promesses, établissement d'objectifs, etc.)?	
Ego : utilisez-vous des techniques pour aider les gens à se sentir bien lorsqu'ils interagissent avec l'intervention?	

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 5.

Vous affinerez maintenant vos solutions pour déterminer les idées à mener jusqu'à l'étape du projet pilote. Vous passerez bientôt à l'étape 4 – allez-y!

Votre progression :



Étape 3 : Concevoir la solution

Partie 2 - Utiliser les cadres EAST et MINDSPACE pour créer des interventions efficaces

Bravo, vous avez maintenant terminé la moitié des feuilles de travail!

La présente feuille de travail vous aidera à mettre à l'épreuve vos idées tirées de la feuille de travail 4 au moyen d'un aide-mémoire et de directives visant la manière d'appliquer les cadres EAST et MINDSPACE à la conception de votre intervention. Lorsque vous aurez rempli cette feuille de travail, vous saurez mieux comment maximiser l'efficacité de votre intervention. Utilisez cette feuille de travail pour chaque idée d'intervention élaborée dans la feuille de travail 4.

Cadre EAST

Le cadre EAST est un outil utile pour concevoir des interventions pour changer les comportements. L'utilisation des indices du cadre EAST vous aidera à évaluer des interventions et à établir une liste restreinte de celles qui pourraient avoir le plus grand effet. Cet outil pourra également vous aider à concevoir une intervention particulière de manière à améliorer son efficacité.



Facile (*easy*, « E »)
Rendre le comportement souhaité aussi simple et pratique que possible.



Attrayante (« A »)
Capter l'attention des gens et mettre clairement en évidence les avantages.



Sociale (« S »)
Montrer que d'autres personnes le font, pour créer une pression sociale positive.



Opportune (*timely*, « T »)
Inciter les gens à agir ou à prendre des décisions au moment où ils sont le plus susceptibles de le faire.

Énumérez vos interventions potentielles et notez la manière dont chacune répond aux quatre exigences du cadre EAST.

Intervention	Facile?	Attrayante?	Sociale?	Opportune?
Aimant de réfrigérateur	Oui – simplement demander aux gens d'utiliser leurs tiges de brocoli.	Oui – conçue selon le thème des badges de camps (camp zéro gaspillage) Possibilité de collection.	Oui, selon le thème de la collection de badges de camps au moyen d'une feuille d'autocollants et de messages sociaux sur un microsite.	Oui – sur le réfrigérateur, où le brocoli devrait être conservé.
Fiches de recettes	Oui – à condition que les recettes soient simples.	Utiliser des images de qualité à côté des recettes. Envisager des démonstrations culinaires et des dégustations.	On pourrait faire appel à des influenceurs et utiliser le partage de recettes sur un microsite.	Possibilité de présenter des recettes en magasin avec des produits frais.
Microsite	Oui – cinq actions faciles réunies.	Intervention bien conçue et thématique selon l'idée de badges à collectionner.	Au moyen de publications sur les réseaux sociaux et selon l'idée que les gens parlent des badges qu'ils possèdent.	Lancer l'intervention à temps pour la saison des camps d'été.

Cadre MINDSPACE

Le cadre MINDSPACE est un outil utile pour concevoir des interventions de changement de comportement. La mnémonique MINDSPACE pourra vous aider à évaluer des interventions et à établir une liste restreinte de celles qui offrent le plus grand effet. Cet outil pourra également vous aider à concevoir une intervention particulière de manière à améliorer son efficacité.

Intervention	Décrivez brièvement votre intervention : Un aimant de réfrigérateur qui rappelle aux gens d'utiliser leurs tiges de brocoli au lieu de les jeter. Les aimants seront distribués dans le cadre de divers événements.

Répondez maintenant aux questions ci-dessous.

Qui est le **messager** (de confiance)?	Les responsables du programme WRAP (*Waste and Resources Action Programme*, programme d'action relatif aux déchets et aux ressources) et les partenaires du projet – municipalités, *We Don't Waste* (organisation non gouvernementale, ONG), *Sprouts* (chaîne d'épiceries) et écoles atteignant un large éventail de personnes.
Quelles mesures **incitatives** la campagne offre-t-elle?	La campagne met l'accent sur l'argent économisé en tirant le meilleur parti des aliments; elle offre également des « badges de scouts » que les gens peuvent collectionner.
Dans quelles **normes** sociales puise-t-elle?	Elle modifie les normes sociales, puisqu'elle présente davantage les comportements spécifiques comme étant « socialement acceptables » dans le cadre de la campagne au moyen de l'ambiance club de « *Camp Waste Not* » (camp zéro gaspillage) et du sentiment que nous agissons tous ensemble.
Le comportement souhaité est-il obtenu **par défaut?**	La campagne vise à modifier le comportement par défaut au moyen du système de badges, l'attribution des badges supposant le comportement par défaut.
Saillance : comment la campagne captera-t-elle l'attention des gens et rendra-t-elle le sujet pertinent pour eux?	La campagne globale sera élaborée selon l'idée d'un camp appelé *Camp Waste Not*. Les camps sont populaires à Denver pour les adultes et pour les enfants. L'aimant sera conçu comme un badge de camp d'été.
Puisez-vous dans les signaux subconscients pour appuyer le **conditionnement?**	Au moyen d'une image de marque visuelle solide et d'un lien avec le mouvement scout et le système de badges, les aimants de réfrigérateur servant de rappel opportun.
Affect : faites-vous appel aux émotions des gens?	Nous faisons appel à la « possibilité de collectionner » du système de badges. C'est agréable d'accroître sa collection.
Encouragez-vous les gens à prendre des **engagements** (promesses, établissement d'objectifs, etc.)?	D'autres aimants ou badges seront créés pour d'autres comportements en fonction de l'évaluation de la comestibilité (par exemple, utiliser son sens de l'odorat au lieu de la date pour vérifier si le lait peut être consommé), et nous encourageons les résidents à devenir des scouts de l'alimentation du *Camp Waste Not* en collectionnant les cinq badges de scouts de l'alimentation. Chaque badge représente une habitude pratique et simple pour vous aider à tirer le meilleur parti de votre nourriture.
Ego : utilisez-vous des techniques pour aider les gens à se sentir bien lorsqu'ils interagissent avec l'intervention?	Peut-être, car c'est quelque chose de nouveau, de relativement facile, de savoureux qui permet d'économiser de l'argent et des ressources alimentaires.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 5.

Vous affinerez maintenant vos solutions pour déterminer les idées à mener jusqu'à l'étape du projet pilote. Vous passerez bientôt à l'étape 4 – allez-y!

Votre progression :



Étape 3 : Concevoir la solution

Partie 2 - Utiliser les cadres EAST et MINDSPACE pour créer des interventions efficaces

Bravo, vous avez maintenant terminé la moitié des feuilles de travail!

La présente feuille de travail vous aidera à mettre à l'épreuve vos idées tirées de la feuille de travail 4 au moyen d'un aide-mémoire et de directives visant la manière d'appliquer les cadres EAST et MINDSPACE à la conception de votre intervention. Lorsque vous aurez rempli cette feuille de travail, vous saurez mieux comment maximiser l'efficacité de votre intervention. Utilisez cette feuille de travail pour chaque idée d'intervention élaborée dans la feuille de travail 4.

Cadre EAST

Le cadre EAST est un outil utile pour concevoir des interventions pour changer les comportements. L'utilisation des indices du cadre EAST vous aidera à évaluer des interventions et à établir une liste restreinte de celles qui pourraient avoir le plus grand effet. Cet outil pourra également vous aider à concevoir une intervention particulière de manière à améliorer son efficacité.



Facile (*easy*, « E »)
Rendre le comportement souhaité aussi simple et pratique que possible.



Attrayante (« A »)
Capter l'attention des gens et mettre clairement en évidence les avantages.



Sociale (« S »)
Montrer que d'autres personnes le font, pour créer une pression sociale positive.



Opportune (*timely*, « T »)
Inciter les gens à agir ou à prendre des décisions au moment où ils sont le plus susceptibles de le faire.

Énumérez vos interventions potentielles et notez la manière dont chacune répond aux quatre exigences du cadre EAST.

Intervention	Facile?	Attrayante?	Sociale?	Opportune?
Tableau effaçable à sec : aimant de réfrigérateur pour faire l'inventaire des aliments avant d'aller faire les courses (réfrigérateur, garde-manger, etc.)	Oui	Oui	Non	Oui
Initiative « mange-moi en premier » : distribuer du ruban adhésif et des autocollants pour que l'on crée des zones dans le réfrigérateur	Oui	Oui	Non	Oui
Série sur les réseaux sociaux : publications hebdomadaires « vérifiez avant d'aller faire les courses » avec des mots-clics	Oui	Oui	Oui	Oui
Fourre-tout : conseils imprimés sur la conservation des fruits et légumes frais	Oui	Oui	Oui (si les gens les voient)	Oui

Cadre MINDSPACE

Le cadre MINDSPACE est un outil utile pour concevoir des interventions de changement de comportement. La mnémonique MINDSPACE pourra vous aider à évaluer des interventions et à établir une liste restreinte de celles qui offrent le plus grand effet. Cet outil pourra également vous aider à concevoir une intervention particulière de manière à améliorer son efficacité.

Intervention	Décrivez brièvement votre intervention : Aimant de réfrigérateur et tableau effaçable à sec.

Répondez maintenant aux questions ci-dessous.

Qui est le **messager** (de confiance)?	Le comté de Hamilton et la ville de Cincinnati
Quelles mesures **incitatives** la campagne offre-t-elle?	Économiser de l'argent en évitant de trop acheter
Dans quelles **normes** sociales puise-t-elle?	Normes institutionnelles et organisationnelles
Le comportement souhaité est-il obtenu **par défaut?**	Vise à inciter les gens à adopter une nouvelle habitude afin que le comportement souhaité devienne le comportement par défaut.
Saillance : comment la campagne captera-t-elle l'attention des gens et rendra-t-elle le sujet pertinent pour eux?	Elle s'appuiera sur le lien entre la campagne et les interventions et la collectivité, le comté et la ville.
Puisez-vous dans les signaux subconscients pour appuyer le **conditionnement?**	Oui, en s'appuyant sur des indices visuels simples et répétés et des personnages agréables placés à l'endroit où les décisions surviennent, la campagne active de manière subconsciente la pensée « utilisez ce que vous avez » avant de faire les courses, cuisiner ou jeter.
Affect : faites-vous appel aux émotions des gens?	Oui, nous ferons en sorte qu'ils se sentent bien à propos du fait de prendre de bonnes décisions en matière d'alimentation.
Encouragez-vous les gens à prendre des **engagements** (promesses, établissement d'objectifs, etc.)?	Oui, nous les encourageons à publier des messages sur les réseaux sociaux à propos de leur engagement à devenir des « patrons du réfrigérateur » en s'appropriant l'utilisation de ce qu'ils ont déjà au frigo, en utilisant le mot-clic #WildAboutSavingFood (passionnés par la préservation de la nourriture).
Ego : utilisez-vous des techniques pour aider les gens à se sentir bien lorsqu'ils interagissent avec l'intervention?	Oui, en les appelant, par exemple, des « patrons du réfrigérateur », des « membres de l'équipe de contrôle des stocks », des « pros de la liste d'épicerie ».

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 5.

Vous affinerez maintenant vos solutions pour déterminer les idées à mener jusqu'à l'étape du projet pilote. Vous passerez bientôt à l'étape 4 – allez-y!

Votre progression :



Feuille de travail 6 :
Étape 3 : Concevoir la solution

Étape 3 : Concevoir la solution

Partie 3 – Présélection des interventions

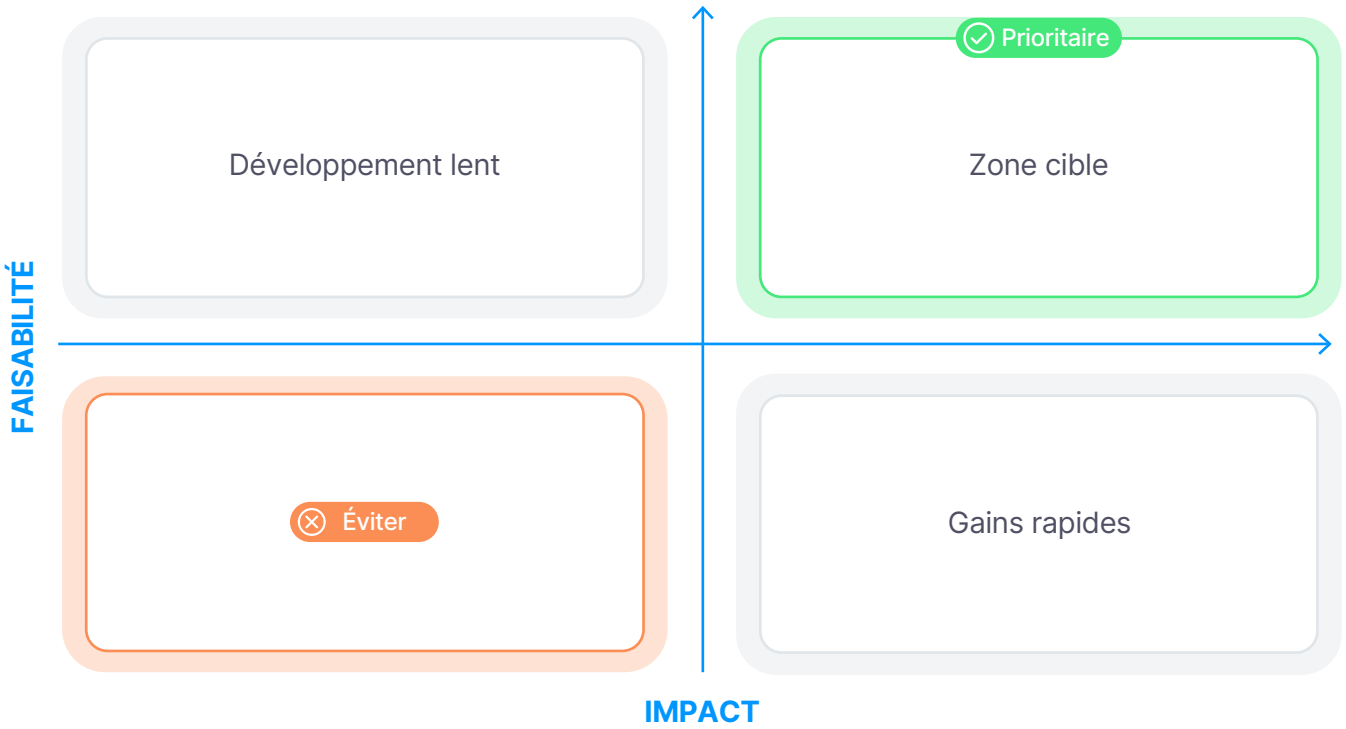
La présente feuille de travail vous aidera à déterminer quelles interventions porter à l'étape du projet pilote. En vous appuyant sur le processus énoncé dans les feuilles de travail 4 et 5, lorsque vous aurez rempli cette feuille de travail, vous aurez déterminé les idées à mettre à l'essai.

La sélection des interventions est à la fois un art et une science. Bien que les interventions qui obtiennent une note élevée sur les plans de l'impact et de la faisabilité offrent généralement les meilleures possibilités, vos choix définitifs devraient correspondre aux ressources disponibles, aux partenariats, aux contraintes budgétaires et aux exigences en matière d'échéanciers.

Tenez compte de votre approche stratégique : recherchez-vous des gains rapides et immédiats pour créer une dynamique, à quels aspects préférez-vous consacrer plus de temps et d'énergie pour obtenir des résultats transformationnels? Les deux méthodes ont leurs avantages – votre choix dépendra du contexte et de vos objectifs.

Utilisez le guide de notation et les questions d'approfondissement facultatives ci-dessous pour éclairer votre processus d'évaluation et vos discussions d'équipe, ou appliquez l'option de note systématique. L'une ou l'autre de ces options vous guidera pour prioriser les idées d'interventions et pour déterminer les plus convenables à retenir.

Le cadre du point idéal



Votre objectif : visez des interventions correspondant au cadre supérieur droit (impact élevé + faisabilité élevée).

Énumérez vos idées d'interventions

Notez toutes les idées d'interventions que vous souhaitez évaluer (visez de trois à huit idées).

Sélectionnez-les parmi les idées que vous avez mises à l'épreuve dans la feuille de travail 5.

Idées d'interventions :

1.	2.
3.	4.
5.	6.
7.	8.

Notez chaque intervention

Évaluez chaque intervention selon les facteurs suivants :

3 = élevée (très bonne/réalisable)

2 = moyenne (bien/certaines préoccupations)

1 = faible (médiocre/ préoccupations majeures)

Tableau de notation :

Intervention	Délai	Coût	Vent arrière ou contraire	Effet	TOTAL
1.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
2.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
3.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
4.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
5.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
6.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
7.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
8.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12

Guide de notation/questions d'orientation

DÉLAI
Est-ce réalisable dans le délai imparti?

- 3 = élevée (nettement réalisable à temps)
- 2 = moyenne (délai serré mais gérable)
- 1 = faible (pas assez de temps disponible)

COÛT
Les ressources financières, humaines et autres nécessaires sont-elles en place?

- 3 = élevée (toutes les ressources sont facilement disponibles)
- 2 = moyenne (la plupart des ressources sont disponibles, petites lacunes)
- 1 = faible (déficits importants de ressources ou trop coûteuse)

VENTS ARRIÈRE OU CONTRAIRES
Quels facteurs externes pourraient favoriser ou entraver cela?

- 3 = élevée (solide soutien des politiques et des partenaires, échéancier)
- 2 = moyenne (un certain soutien, conditions neutres)
- 1 = faible (obstacles importants, opposition ou mauvaise synchronisation)

EFFET
Cela vous permettra-t-il d'obtenir les résultats souhaités?

- 3 = élevée (très susceptible de créer un changement significatif)
- 2 = moyenne (potentiel d'impact modéré)
- 1 = faible (potentiel d'impact limité)

Analyse approfondie facultative (vérification « APEASE »)

Pour vos trois interventions les mieux notées, tenez compte des facteurs supplémentaires suivants :

Facteur :	Intervention n° ___	Intervention n° ___	Intervention n° ___
Acceptabilité (les gens l'accepteront-ils?)	Élevée | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible
Aspect pratique (cela pourra-t-il être réalisé?)	Élevée | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible
Efficacité (cela fonctionnera-t-il?)	Élevée | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible
Abordabilité (est-ce durable à long terme?)	Élevée | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible
Effets secondaires (conséquences imprévues?)	Peu | Quelques-un | Beaucoup	Peu | Quelques-un | Beaucoup	Peu | Quelques-un | Beaucoup
Équité (juste pour tous les groupes?)	Élevée | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible

Faites votre sélection définitive

Trois meilleures interventions selon la note :

1.	/ 12
2.	/ 12
3.	/ 12

Liste de vérification de décision :

- Quelles interventions ont obtenu la meilleure note globalement?
- Y a-t-il des notes « faible » (1/3) qui constituent un point de rupture?
- Que vous dit votre intuition à propos de la faisabilité?
- Quelle intervention correspond le mieux à votre théorie du changement?
- Avez-vous l'adhésion des intervenants pour ces options?

Sélection définitive pour aller de l'avant :

1.

2.

3.

Documentez votre décision

Pourquoi avez-vous sélectionné ces interventions?

Documentez votre décision (suite)

Quels sont les principaux risques ou les principales préoccupations?

Prochaines étapes :

Conseils professionnels pour réussir :

- Intégrez des points de vue variés : demandez l'avis de différentes parties prenantes et de différents membres de l'équipe.
- Soyez très franc : ne gonflez pas les notes – une évaluation réaliste permet de gagner du temps par la suite.
- Faites confiance au processus : si une idée obtient une note faible, ce n'est pas pour rien.
- Privilégiez la qualité à la quantité : mieux vaut exécuter un nombre réduit d'interventions que de disperser vos ressources.
- Consignez tout par écrit : votre raisonnement d'aujourd'hui sera précieux pour les analyses futures.

N'oubliez pas : l'intervention « parfaite » existe rarement. Optez pour des interventions suffisamment efficaces pour démarrer, tout en laissant une marge pour apprendre et vous adapter.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 6.

Vous savez maintenant quelles interventions vous souhaitez mettre à l'essai; vous êtes prêt pour l'étape 4 – allez-y!

Votre progression :



Étape 3 : Concevoir la solution

Partie 3 – Présélection des interventions

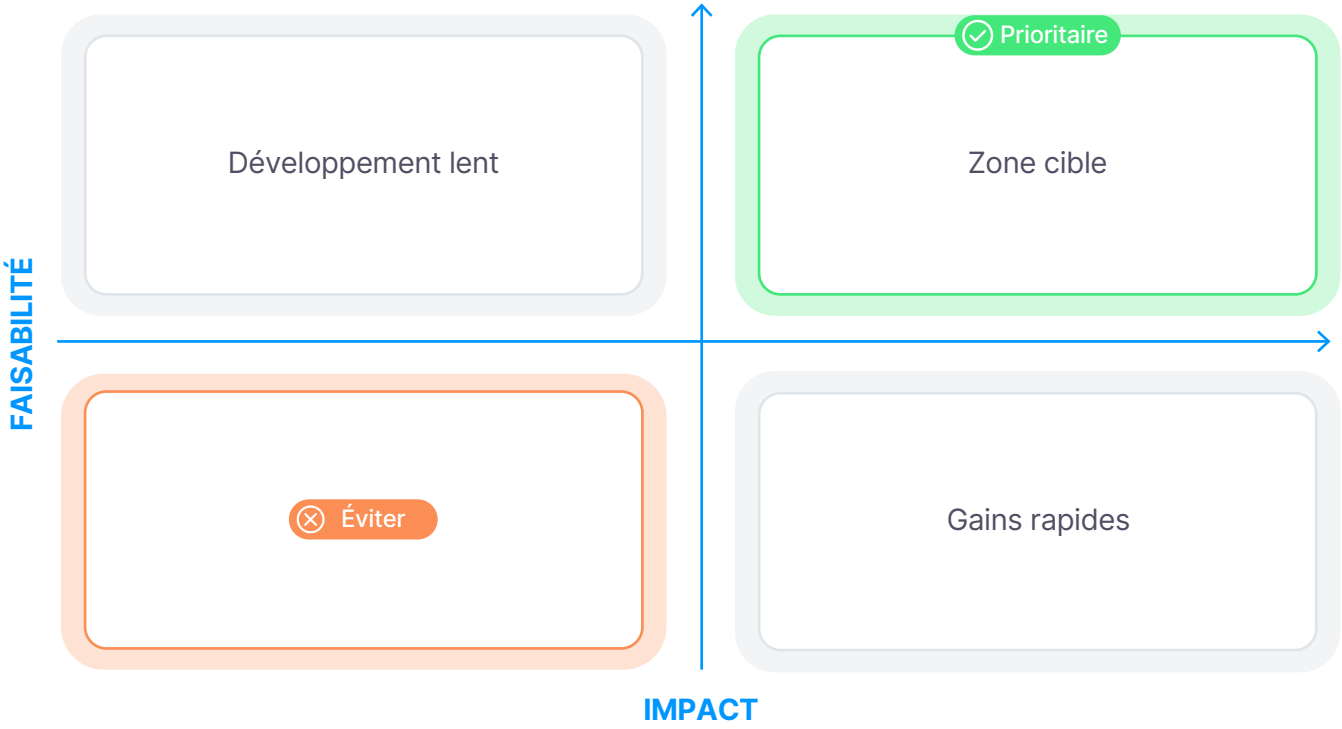
La présente feuille de travail vous aidera à déterminer quelles interventions porter à l'étape du projet pilote. En vous appuyant sur le processus énoncé dans les feuilles de travail 4 et 5, lorsque vous aurez rempli cette feuille de travail, vous aurez déterminé les idées à mettre à l'essai.

La sélection des interventions est à la fois un art et une science. Bien que les interventions qui obtiennent une note élevée sur les plans de l'impact et de la faisabilité offrent généralement les meilleures possibilités, vos choix définitifs devraient correspondre aux ressources disponibles, aux partenariats, aux contraintes budgétaires et aux exigences en matière d'échéanciers.

Tenez compte de votre approche stratégique : recherchez-vous des gains rapides et immédiats pour créer une dynamique, à quels aspects préférez-vous consacrer plus de temps et d'énergie pour obtenir des résultats transformationnels? Les deux méthodes ont leurs avantages – votre choix dépendra du contexte et de vos objectifs.

Utilisez le guide de notation et les questions d'approfondissement facultatives ci-dessous pour éclairer votre processus d'évaluation et vos discussions d'équipe, ou appliquez l'option de note systématique. L'une ou l'autre de ces options vous guidera pour prioriser les idées d'interventions et pour déterminer les plus convenables à retenir.

Le cadre du point idéal



Votre objectif : visez des interventions correspondant au cadre supérieur droit (impact élevé + faisabilité élevée).

Énumérez vos idées d'interventions

Notez toutes les idées d'interventions que vous souhaitez évaluer (visez de trois à huit idées).

Sélectionnez-les parmi les idées que vous avez mises à l'épreuve dans la feuille de travail 5.

Idées d'interventions :

1. Aimants de réfrigérateur et microsite	2. Fiches de recettes
3.	4.
5.	6.
7.	8.

Notez chaque intervention

Évaluez chaque intervention selon les facteurs suivants :

3 = élevée (très bonne/réalisable) 2 = moyenne (bien/certaines préoccupations) 1 = faible (médiocre/ préoccupations majeures)

Tableau de notation :

Intervention	Délai	Coût	Vent arrière ou contraire	Effet	TOTAL
1. Aimants de réfrigérateur et microsite	3 / 3	3 / 3	3 / 3	2 / 3	11 / 12
2. Fiches de recettes	3 / 3	3 / 3	2 / 3	2 / 3	10 / 12
3.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
4.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
5.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
6.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
7.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
8.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12

Guide de notation/questions d'orientation

DÉLAI
Est-ce réalisable dans le délai imparti?

- 3 = élevée (nettement réalisable à temps)
- 2 = moyenne (délai serré mais gérable)
- 1 = faible (pas assez de temps disponible)

COÛT
Les ressources financières, humaines et autres nécessaires sont-elles en place?

- 3 = élevée (toutes les ressources sont facilement disponibles)
- 2 = moyenne (la plupart des ressources sont disponibles, petites lacunes)
- 1 = faible (déficits importants de ressources ou trop coûteuse)

VENTS ARRIÈRE OU CONTRAIRES
Quels facteurs externes pourraient favoriser ou entraver cela?

- 3 = élevée (solide soutien des politiques et des partenaires, échéancier)
- 2 = moyenne (un certain soutien, conditions neutres)
- 1 = faible (obstacles importants, opposition ou mauvaise synchronisation)

EFFET
Cela vous permettra-t-il d'obtenir les résultats souhaités?

- 3 = élevée (très susceptible de créer un changement significatif)
- 2 = moyenne (potentiel d'impact modéré)
- 1 = faible (potentiel d'impact limité)

Analyse approfondie facultative (vérification « APEASE »)

Pour vos trois interventions les mieux notées, tenez compte des facteurs supplémentaires suivants :

Facteur :	Intervention n° 1 Aimant	Intervention n° 2 recettes	Intervention n° ___
Acceptabilité (les gens l'accepteront-ils?)	Élevée | Moyenne ● | Faible	Élevée | Moyenne ● | Faible	Élevée | Moyenne | Faible
Aspect pratique (cela pourra-t-il être réalisé?)	Élevée ● | Moyenne | Faible	Élevée ● | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible
Efficacité (cela fonctionnera-t-il?)	Élevée | Moyenne ● | Faible	Élevée | Moyenne ● | Faible	Élevée | Moyenne | Faible
Abordabilité (est-ce durable à long terme?)	Élevée ● | Moyenne | Faible	Élevée ● | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible
Effets secondaires (conséquences imprévues?)	Peu | Quelques-un | Beaucoup ●	Peu | Quelques-un | Beaucoup ●	Peu | Quelques-un | Beaucoup
Équité (juste pour tous les groupes?)	Élevée ● | Moyenne | Faible	Élevée ● | Moyenne | Faible	Élevée | Moyenne | Faible

Faites votre sélection définitive

Trois meilleures interventions selon la note :

1. Aimants de réfrigérateur et microsite	11 / 12
2. Fiches de recettes	10 / 12
3.	/ 12

Liste de vérification de décision :

- Quelles interventions ont obtenu la meilleure note globalement?
- Y a-t-il des notes « faible » (1/3) qui constituent un point de rupture?
- Que vous dit votre intuition à propos de la faisabilité?
- Quelle intervention correspond le mieux à votre théorie du changement?
- Avez-vous l'adhésion des intervenants pour ces options?

Sélection définitive pour aller de l'avant :

1. Aimants de réfrigérateur et microsite
2.
3.

Documentez votre décision

Pourquoi avez-vous sélectionné ces interventions?

Elles représentent un faible risque et un faible coût, et elles sont faciles à exécuter. Il s'agit d'un changement de comportement apparemment simple; toutefois, nous ne savons pas dans quelle mesure les gens trouveront cela « acceptable ». Les aimants constituent une bonne invite visuelle, et les gens proposeront peut-être leurs propres idées de recettes. Les recettes que nous élaborons devraient être faciles à préparer et à cuisiner, mais rien ne garantit que les gens les utiliseront ou les aimeront.

Documentez votre décision (suite)

Quels sont les principaux risques ou les principales préoccupations?

Principalement, que les gens n'utilisent pas les recettes imprimées. Cependant, cela pourrait les inciter à essayer leurs propres recettes.

Prochaines étapes :

Concevoir les aimants en anglais, et en traduire un nombre réduit en espagnol.

Conseils professionnels pour réussir :

- Intégrez des points de vue variés : demandez l'avis de différentes parties prenantes et de différents membres de l'équipe.
- Soyez très franc : ne gonflez pas les notes – une évaluation réaliste permet de gagner du temps par la suite.
- Faites confiance au processus : si une idée obtient une note faible, ce n'est pas pour rien.
- Privilégiez la qualité à la quantité : mieux vaut exécuter un nombre réduit d'interventions que de disperser vos ressources.
- Consignez tout par écrit : votre raisonnement d'aujourd'hui sera précieux pour les analyses futures.

N'oubliez pas : l'intervention « parfaite » existe rarement. Optez pour des interventions suffisamment efficaces pour démarrer, tout en laissant une marge pour apprendre et vous adapter.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 6.

Vous savez maintenant quelles interventions vous souhaitez mettre à l'essai; vous êtes prêt pour l'étape 4 – allez-y!

Votre progression :



Étape 3 : Concevoir la solution

Partie 3 – Présélection des interventions

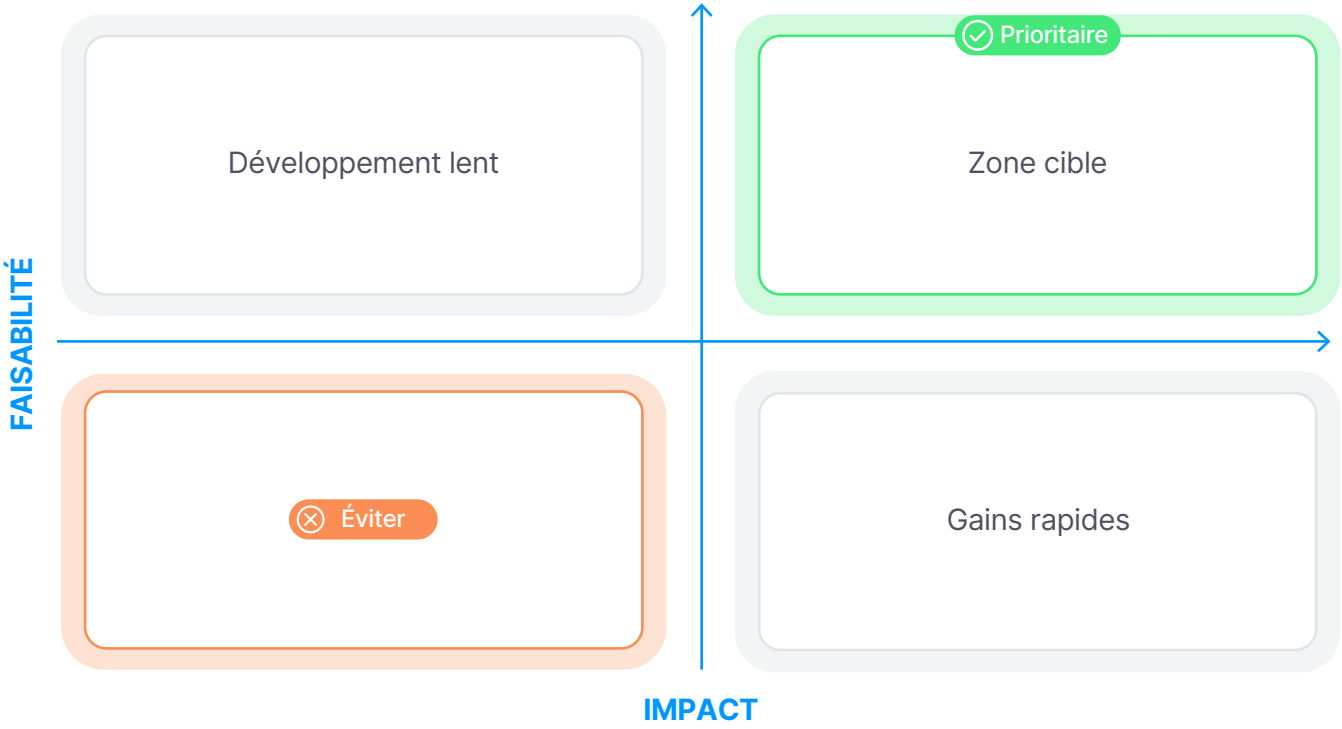
La présente feuille de travail vous aidera à déterminer quelles interventions porter à l'étape du projet pilote. En vous appuyant sur le processus énoncé dans les feuilles de travail 4 et 5, lorsque vous aurez rempli cette feuille de travail, vous aurez déterminé les idées à mettre à l'essai.

La sélection des interventions est à la fois un art et une science. Bien que les interventions qui obtiennent une note élevée sur les plans de l'impact et de la faisabilité offrent généralement les meilleures possibilités, vos choix définitifs devraient correspondre aux ressources disponibles, aux partenariats, aux contraintes budgétaires et aux exigences en matière d'échéanciers.

Tenez compte de votre approche stratégique : recherchez-vous des gains rapides et immédiats pour créer une dynamique, à quels aspects préférez-vous consacrer plus de temps et d'énergie pour obtenir des résultats transformationnels? Les deux méthodes ont leurs avantages – votre choix dépendra du contexte et de vos objectifs.

Utilisez le guide de notation et les questions d'approfondissement facultatives ci-dessous pour éclairer votre processus d'évaluation et vos discussions d'équipe, ou appliquez l'option de note systématique. L'une ou l'autre de ces options vous guidera pour prioriser les idées d'interventions et pour déterminer les plus convenables à retenir.

Le cadre du point idéal



Votre objectif : visez des interventions correspondant au cadre supérieur droit (impact élevé + faisabilité élevée).

Énumérez vos idées d'interventions

Notez toutes les idées d'interventions que vous souhaitez évaluer (visez de trois à huit idées).

Sélectionnez-les parmi les idées que vous avez mises à l'épreuve dans la feuille de travail 5.

Idées d'interventions :

1. Tableau effaçable à sec : aimant de réfrigérateur pour faire l'inventaire des aliments avant d'aller faire les courses (réfrigérateur, garde-manger, etc.)
2. Ruban « mange-moi en premier ». Distribuer le ruban et des autocollants pour que l'on crée des zones dans le réfrigérateur.
3. Série sur les réseaux sociaux : publications hebdomadaires « vérifiez avant d'aller faire les courses » avec des mots-clics
4. Fourre-tout : conseils imprimés sur la conservation des fruits et légumes frais
5.
6.
7.
8.

Notez chaque intervention

Évaluez chaque intervention selon les facteurs suivants :

3 = élevée (très bonne/réalisable)

2 = moyenne (bien/certaines préoccupations)

1 = faible (médiocre/ préoccupations majeures)

Tableau de notation :

Intervention	Délai	Coût	Vent arrière ou contraire	Effet	TOTAL
1. Tableau effaçable à sec	3 / 3	3 / 3	3 / 3	3 / 3	12 / 12
2. Ruban « mange-moi en premier »	3 / 3	3 / 3	3 / 3	3 / 3	12 / 12
3. Série sur les réseaux sociaux	3 / 3	2 / 3	2 / 3	2 / 3	9 / 12
4. Fourre-tout	3 / 3	2 / 3	3 / 3	2 / 3	10 / 12
5.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
6.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
7.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
8.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12

Guide de notation/questions d'orientation

DÉLAI
Est-ce réalisable dans le délai imparti?

- 3 = élevée (nettement réalisable à temps)
- 2 = moyenne (délai serré mais gérable)
- 1 = faible (pas assez de temps disponible)

COÛT
Les ressources financières, humaines et autres nécessaires sont-elles en place?

- 3 = élevée (toutes les ressources sont facilement disponibles)
- 2 = moyenne (la plupart des ressources sont disponibles, petites lacunes)
- 1 = faible (déficits importants de ressources ou trop coûteuse)

VENTS ARRIÈRE OU CONTRAIRES
Quels facteurs externes pourraient favoriser ou entraver cela?

- 3 = élevée (solide soutien des politiques et des partenaires, échéancier)
- 2 = moyenne (un certain soutien, conditions neutres)
- 1 = faible (obstacles importants, opposition ou mauvaise synchronisation)

EFFET
Cela vous permettra-t-il d'obtenir les résultats souhaités?

- 3 = élevée (très susceptible de créer un changement significatif)
- 2 = moyenne (potentiel d'impact modéré)
- 1 = faible (potentiel d'impact limité)

Analyse approfondie facultative (vérification « APEASE »)

Pour vos trois interventions les mieux notées, tenez compte des facteurs supplémentaires suivants :

Facteur :	Intervention n° 1___	Intervention n° 2___	Intervention n° 3___
Acceptabilité (les gens l'accepteront-ils?)	Élevée | Moyenne | Faible ●	Élevée | Moyenne | Faible ●	Élevée | Moyenne | Faible ●
Aspect pratique (cela pourra-t-il être réalisé?)	Élevée | Moyenne | Faible ●	Élevée | Moyenne | Faible ●	Élevée | Moyenne | Faible ●
Efficacité (cela fonctionnera-t-il?)	Élevée | Moyenne | Faible ●	Élevée | Moyenne | Faible ●	Élevée | Moyenne | Faible ●
Abordabilité (est-ce durable à long terme?)	Élevée | Moyenne | Faible ●	Élevée | Moyenne | Faible ●	Élevée | Moyenne | Faible ●
Effets secondaires (conséquences imprévues?)	Peu | Quelques-un | Beaucoup ●	Peu | Quelques-un | Beaucoup ●	Peu | Quelques-un | Beaucoup ●
Équité (juste pour tous les groupes?)	Élevée | Moyenne | Faible ●	Élevée | Moyenne | Faible ●	Élevée | Moyenne | Faible ●

Faites votre sélection définitive

Trois meilleures interventions selon la note :

1. Tableau effaçable à sec	12 / 12
2. Ruban « mange-moi en premier »	12 / 12
3. Fourre-tout	10 / 12

Liste de vérification de décision :

- Quelles interventions ont obtenu la meilleure note globalement?
- Y a-t-il des notes « faible » (1/3) qui constituent un point de rupture?
- Que vous dit votre intuition à propos de la faisabilité?
- Quelle intervention correspond le mieux à votre théorie du changement?
- Avez-vous l'adhésion des intervenants pour ces options?

Sélection définitive pour aller de l'avant :

1. Tableau effaçable à sec – aimant de réfrigérateur
2. Ruban « mange-moi en premier »
3. Fourre-tout

Documentez votre décision

Pourquoi avez-vous sélectionné ces interventions?

Les produits physiques ont été choisis parce qu'ils créaient une incitation au point de décision – le fourre-tout, lors du déballage des achats, l'aimant de réfrigérateur et le ruban, lors de la préparation des repas et de la vérification des stocks. Ils ont été choisis pour leur faible coût de production, leur adaptabilité et leur potentiel de rupture avec les habitudes. Les gens aiment actuellement les « trucs gratuits », et ces produits permettent qu'une éducation et une incitation soient offertes au bon moment et au bon endroit.

Documentez votre décision (suite)

Quels sont les principaux risques ou les principales préoccupations?

Le fait que les produits soient fournis ne signifie pas qu'ils seront assurément utilisés. On pourrait les considérer comme créant eux-mêmes des déchets, particulièrement en ce qui concerne le ruban adhésif, car il est à usage unique.

Bien que le ruban semble avoir un potentiel d'impact élevé, offrant un signal visuel et permettant une rupture avec les habitudes, il pourrait être moins bien accueilli en raison de sa nouveauté. Les gens pourraient hésiter à l'utiliser, ou s'ils ont un réfrigérateur plein de nourriture à consommer, il se pourrait que cela ne permette pas de rompre avec les habitudes en raison d'une surcharge, et donc que cette mesure soit tout simplement ignorée.

Prochaines étapes :

Conception des produits
Élaboration d'un plan de communication et d'un plan d'exécution
Achèvement du « dossier d'intervention »
Plan d'évaluation
Préparation du matériel de recrutement

Conseils professionnels pour réussir :

- Intégrez des points de vue variés : demandez l'avis de différentes parties prenantes et de différents membres de l'équipe.
- Soyez très franc : ne gonflez pas les notes – une évaluation réaliste permet de gagner du temps par la suite.
- Faites confiance au processus : si une idée obtient une note faible, ce n'est pas pour rien.
- Privilégiez la qualité à la quantité : mieux vaut exécuter un nombre réduit d'interventions que de disperser vos ressources.
- Consignez tout par écrit : votre raisonnement d'aujourd'hui sera précieux pour les analyses futures.

N'oubliez pas : l'intervention « parfaite » existe rarement. Optez pour des interventions suffisamment efficaces pour démarrer, tout en laissant une marge pour apprendre et vous adapter.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 6.

Vous savez maintenant quelles interventions vous souhaitez mettre à l'essai; vous êtes prêt pour l'étape 4 – allez-y!

Votre progression :



Feuille de travail 7 :
Étape 4 : Mettre en œuvre un projet pilote

Étape 4 : Mettre en œuvre un projet pilote

Partie 1 – Votre plan de mise en œuvre

La présente feuille de travail vous aide à passer en revue les points clés à prendre en compte pour une mise en œuvre réussie de votre projet pilote. Vous aurez ainsi confiance dans vos plans, les rôles de responsabilité et les échéanciers.

Pour votre plan de mise en œuvre, il sera utile de savoir ce qui suit :

- **Qui** participera.
- **Ce que** chaque personne devra faire.
- **Quand et où** les gens devront le faire.
- **Pourquoi** ils devront consigner ce qui se passera.
- **Comment** les renseignements qu'ils consigneront seront utilisés.

Plan de mise en oeuvre d'un projet pilote d'intervention :	Ajoutez le nom et une brève description de votre intervention.

Qui participera?

Ajoutez les personnes ou les groupes de personnes qui participeront. Incluez les gens qui bénéficieront de l'intervention de même que ceux qui l'exécuteront.

A	B	C

Qu'est-ce que chaque personne ou groupe devra faire?

Tâche 1. Plan

Quoi?	**Quoi?**	**Quoi?**
Où?	**Où?**	**Où?**
Quand?	**Quand?**	**Quand?**
Pourquoi?	**Pourquoi?**	**Pourquoi?**

Important aux fins de l'évaluation : *

Notez tout ce qui s'est passé différemment.

Tâche 2. Plan

Quoi?	**Quoi?**	**Quoi?**
Où?	**Où?**	**Où?**
Quand?	**Quand?**	**Quand?**
Pourquoi?	**Pourquoi?**	**Pourquoi?**

Important aux fins de l'évaluation : *

Notez tout ce qui s'est passé différemment.

Tâche 3. Plan

Quoi?	**Quoi?**	**Quoi?**
Où?	**Où?**	**Où?**
Quand?	**Quand?**	**Quand?**
Pourquoi?	**Pourquoi?**	**Pourquoi?**

Important aux fins de l'évaluation : *

Notez tout ce qui s'est passé différemment.

Qu'est-ce que chaque groupe de personnes doit consigner ou mesurer, et comment ces renseignements seront-ils utilisés?

(Nota : il est possible que les participants à l'intervention ne consignent rien, ce qui constituerait une information importante en soi.)

Consignation/mesure

Comment cela sera utilisé

**Il arrive parfois que des obstacles se dressent et que les plans doivent être modifiés. C'est tout à fait normal. Pour évaluer l'efficacité de l'intervention, il sera bénéfique d'analyser les aspects qui auront évolué par rapport au plan initial et d'en comprendre les raisons, ce qui fournira des enseignements précieux.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 7.

Vous êtes presque prêt à exécuter votre projet pilote! Encore une dernière action avant de pouvoir le faire : réfléchissez à ce que vous souhaitez tirer de votre projet pilote et à la manière dont vous saurez s'il a été efficace. La prochaine feuille de travail vous guidera tout au long de ce processus.

Votre progression :



Étape 4 : Mettre en œuvre un projet pilote

Partie 1 – Votre plan de mise en œuvre

La présente feuille de travail vous aide à passer en revue les points clés à prendre en compte pour une mise en œuvre réussie de votre projet pilote. Vous aurez ainsi confiance dans vos plans, les rôles de responsabilité et les échéanciers.

Pour votre plan de mise en œuvre, il sera utile de savoir ce qui suit :

- **Qui** participera.
- **Ce que** chaque personne devra faire.
- **Quand et où** les gens devront le faire.
- **Pourquoi** ils devront consigner ce qui se passera.
- **Comment** les renseignements qu'ils consigneront seront utilisés.

Plan de mise en oeuvre d'un projet pilote d'intervention :	Ajoutez le nom et une brève description de votre intervention. Influencez la capacité et la confiance des gens pour évaluer la comestibilité des produits (et donner suite à leur évaluation) pour éviter de jeter des aliments gaspillés. Plus précisément, en utilisant la tige de brocoli au lieu de la jeter. Un aimant et une fiche de recette seront élaborés. La recette sera présentée lors de démonstrations culinaires chez des détaillants d'épiceries Sprouts.

Qui participera?

Ajoutez les personnes ou les groupes de personnes qui participeront. Incluez les gens qui bénéficieront de l'intervention de même que ceux qui l'exécuteront.

A	B	C
Épicerie Sprouts	*We Don't Waste* (Nous ne gaspillons pas, organisation non gouvernementale [ONG])	Citoyen·nes de Denver

Qu'est-ce que chaque personne ou groupe devra faire?

Tâche 1. Plan

Quoi? Distribuer les aimants.	**Quoi?** Distribuer les aimants.	**Quoi?** Recevoir les aimants.
Où? En magasin	**Où?** Dans un magasin Sprouts	**Où?** Dans un magasin Sprouts
Quand? À des dates précisées	**Quand?** À des dates précisées	**Quand?** À des dates précisées
Pourquoi? Pour échanger avec les citoyens au point de vente.	**Pourquoi?** Pour échanger avec les citoyens au point de vente.	**Pourquoi?** Pour participer à l'intervention.

Important aux fins de l'évaluation : *

Notez tout ce qui s'est passé différemment.

Tâche 2. Plan

Quoi? Fournir un espace à *We Don't Waste* pour lui permettre d'offrir des démonstrations culinaires fondées sur les tiges de brocoli.	**Quoi?** Animer des démonstrations culinaires	**Quoi?** Participer aux démonstrations culinaires.
Où? En magasin	**Où?** Dans un magasin Sprouts	**Où?** Dans un magasin Sprouts
Quand? À des dates précisées	**Quand?** À des dates précisées	**Quand?** À des dates précisées
Pourquoi? Afin que *We Don't Waste* puisse échanger avec les citoyens au point d'achat.	**Pourquoi?** Pour normaliser le comportement.	**Pourquoi?** Pour goûter le brocoli et commencer à considérer ce comportement comme normal.

Important aux fins de l'évaluation : *

Notez tout ce qui s'est passé différemment.

Tâche 3. Plan

Quoi? Orienter les citoyens vers la campagne et les encourager à participer aux sondages.	**Quoi?** Orienter les citoyens vers la campagne et les encourager à participer aux sondages.	**Quoi?** Interagir avec le matériel de campagne en ligne et répondre au sondage préliminaire et au sondage postérieur.
Où? En magasin	**Où?** En magasin	**Où?** En magasin initialement, puis de façon continue par la suite.
Quand? À des dates précisées	**Quand?** À des dates précisées	**Quand?** À des dates précisées, puis une participation continue par la suite
Pourquoi? Pour promouvoir la campagne et le matériel d'évaluation.	**Pourquoi?** Pour promouvoir la campagne et le matériel d'évaluation.	**Pourquoi?** Pour que la campagne connaisse un succès durable et qu'elle soit évaluée.

Important aux fins de l'évaluation : *

Notez tout ce qui s'est passé différemment.

Qu'est-ce que chaque groupe de personnes doit consigner ou mesurer, et comment ces renseignements seront-ils utilisés?

(Nota : il est possible que les participants à l'intervention ne consignent rien, ce qui constituerait une information importante en soi.)

Consignation/mesure		
Combien d'aimants sont distribués	Combien d'aimants sont distribués, combien de personnes assistent aux démonstrations culinaires; aussi demander à *We Don't Waste* de procéder à une activité « à main levée », par exemple, « levez la main si vous croyez que les tiges de brocoli sont comestibles ».	Les responsables du programme WRAP (*Waste and Resources Action Programme*, programme d'action relatif aux déchets et aux ressources) élaborent un sondage qui sera tenu en ligne et accessible au moyen d'un code QR. Les citoyens seront encouragés à consulter ce sondage et à répondre aux questions sur les connaissances, les attitudes et le comportement, puis recevront par courriel un sondage de suivi quelques semaines plus tard.
Comment cela sera utilisé		
Pour consigner les chiffres.	Pour évaluer l'évolution des connaissances après que les personnes auront assisté à la démonstration culinaire.	Pour évaluer l'évolution des connaissances, des attitudes et du comportement après la campagne par rapport à l'avant.

**Il arrive parfois que des obstacles se dressent et que les plans doivent être modifiés. C'est tout à fait normal. Pour évaluer l'efficacité de l'intervention, il sera bénéfique d'analyser les aspects qui auront évolué par rapport au plan initial et d'en comprendre les raisons, ce qui fournira des enseignements précieux.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 7.

Vous êtes presque prêt à exécuter votre projet pilote! Encore une dernière action avant de pouvoir le faire : réfléchissez à ce que vous souhaitez tirer de votre projet pilote et à la manière dont vous saurez s'il a été efficace. La prochaine feuille de travail vous guidera tout au long de ce processus.

Votre progression :



Étape 4 : Mettre en œuvre un projet pilote

Partie 1 – Votre plan de mise en œuvre

La présente feuille de travail vous aide à passer en revue les points clés à prendre en compte pour une mise en œuvre réussie de votre projet pilote. Vous aurez ainsi confiance dans vos plans, les rôles de responsabilité et les échéanciers.

Pour votre plan de mise en œuvre, il sera utile de savoir ce qui suit :

- **Qui** participera.
- **Ce que** chaque personne devra faire.
- **Quand et où** les gens devront le faire.
- **Pourquoi** ils devront consigner ce qui se passera.
- **Comment** les renseignements qu'ils consigneront seront utilisés.

Plan de mise en oeuvre d'un projet pilote d'intervention :	Ajoutez le nom et une brève description de votre intervention. Gestion des stocks, utilisation des aliments que vous avez dans le frigo (avant d'en acheter d'autres). Un dossier d'intervention, y compris un tableau magnétique effaçable à sec pour le réfrigérateur, un ruban adhésif « mange-moi en premier », un fourre-tout et un dépliant et des aimants de réfrigérateur, livré dans le cadre d'un projet de recherche afin que les participants répondent à un sondage et que certains participent à une entrevue approfondie.

Qui participera?

Ajoutez les personnes ou les groupes de personnes qui participeront. Incluez les gens qui bénéficieront de l'intervention de même que ceux qui l'exécuteront.

A	B	C
Organismes gouvernementaux locaux à l'échelon du comté et de la ville Marchés fermiers	Programme WRAP (*Waste and Resources Action Programme*, programme d'action relatif aux déchets et aux ressources)	Citoyens

Qu'est-ce que chaque personne ou groupe devra faire?

Tâche 1. Plan

Quoi? Recevoir et exécuter le plan de communication et assister à des séances de dîners-conférences.	**Quoi?** Préparer les dossiers d'intervention, le matériel de sondage et d'autoethnographie et le plan de communication et les distribuer. Organiser les séances de dîners-conférences.	**Quoi?** S'inscrire au projet de recherche et recevoir le dossier d'intervention.
Où? Dans des rapports de district et un bulletin, sur des sites Web, dans les médias sociaux et dans des actifs matériels par l'intermédiaire de marchés fermiers et de magasins.	**Où?** Avec un organisme	**Où?** Marchés fermiers, magasins, médias sociaux et sites Web participants.
Quand? Avant août 2025	**Quand?** Avant août 2025	**Quand?** Septembre 2025
Pourquoi? Pour atteindre une large mobilisation et s'assurer que les membres du personnel savent ce qui se passe et ce qu'ils doivent faire. Appuyer le recrutement.	**Pourquoi?** Pour permettre un essai et s'assurer que les membres de chaque groupe savent ce qu'ils doivent faire.	**Pourquoi?** Pour permettre des essais et la collecte d'un large éventail de points de vue.

Important aux fins de l'évaluation : *

Notez tout ce qui s'est passé différemment.

Tâche 2. Plan

Quoi? Promouvoir la transmission de messages.	**Quoi?** Organiser une intervention participative fondée sur la recherche et axée sur le recrutement de 150 participants.	**Quoi?** Collaborer avec les intervieweurs, répondre au sondage et (pour certains) participer à une entrevue approfondie.
Où? Bibliothèques, publicité sur les autobus, murale, zoo, cliniques médicales, écoles, centres de loisirs; accès à la chaîne câblée.	**Où?** Atteindre les résidents dans les limites de la ville.	**Où?** À domicile et en faisant les courses.
Quand? Période de cinq mois d'août à décembre	**Quand?** Période de deux semaines en septembre	**Quand?** Période de deux semaines en septembre
Pourquoi? Pour atteindre la circonscription.	**Pourquoi?** Pour recueillir des commentaires sur les interventions et évaluer ce qui a bien fonctionné et ce qui n'a pas bien fonctionné.	**Pourquoi?** Pour vérifier l'intervention, donner de la rétroaction et créer de nouvelles habitudes qui réduiront le gaspillage alimentaire.

Important aux fins de l'évaluation : *

Notez tout ce qui s'est passé différemment.

Tâche 3. Plan

Quoi? Poursuivre la promotion.	**Quoi?** Recevoir les données de sondage et les enregistrements d'entrevues approfondies.	**Quoi?** Continuer d'interagir avec le dossier d'intervention.
Où? Comme auparavant	**Où?** Par Teams/courriel	**Où?** Comme auparavant
Quand? Novembre-décembre	**Quand?** Novembre-décembre	**Quand?** Novembre-décembre
Pourquoi? Pour maximiser la possibilité de créer un changement de comportement durable.	**Pourquoi?** Pour analyser le succès de l'intervention et formuler des recommandations aux fins d'évolution.	**Pourquoi?** Pour créer des habitudes et un changement de comportement durables.

Important aux fins de l'évaluation : *

Notez tout ce qui s'est passé différemment.

Qu'est-ce que chaque groupe de personnes doit consigner ou mesurer, et comment ces renseignements seront-ils utilisés?

(Nota : il est possible que les participants à l'intervention ne consignent rien, ce qui constituerait une information importante en soi.)

Consignation/mesure		
Visites de pages Web et interaction sur les réseaux sociaux	Données de sondage et enregistrements d'entrevues approfondies	Répondre au sondage et participer à une entrevue approfondie si on le demande.
Comment cela sera utilisé		
Pour l'évaluation du processus et la réaction du public/les conséquences non intentionnelles.	Pour analyser la réussite de l'intervention et formuler des recommandations à des fins d'évolution.	Pour permettre l'analyse de l'efficacité et l'échange d'opinions concernant ce qui a fonctionné et ce qui n'a pas fonctionné.

**Il arrive parfois que des obstacles se dressent et que les plans doivent être modifiés. C'est tout à fait normal. Pour évaluer l'efficacité de l'intervention, il sera bénéfique d'analyser les aspects qui auront évolué par rapport au plan initial et d'en comprendre les raisons, ce qui fournira des enseignements précieux.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 7.

Vous êtes presque prêt à exécuter votre projet pilote! Encore une dernière action avant de pouvoir le faire : réfléchissez à ce que vous souhaitez tirer de votre projet pilote et à la manière dont vous saurez s'il a été efficace. La prochaine feuille de travail vous guidera tout au long de ce processus.

Votre progression :



Feuille de travail 8 :
Étape 4 : Mettre en œuvre un projet pilote

Étape 4 : Mettre en œuvre un projet pilote

Partie 2 – Votre plan d'évaluation

La présente feuille de travail vous aidera à planifier comment mesurer le succès de votre intervention. En réfléchissant tôt à l'évaluation, vous pourrez vous assurer de recueillir les bons renseignements, de la bonne manière, et au bon moment. Lorsque vous aurez rempli cette feuille de travail, vous aurez un plan clair concernant les données dont vous aurez besoin, une manière de les recueillir et une manière de les utiliser pour suivre les progrès et tirer des enseignements pour l'avenir.

Pour votre plan d'évaluation, vous devrez :

- définir à quoi on reconnaît le succès (objectifs SMART, spécifiques, mesurables, réalisables [*achievable*, « A »], pertinents [*relevant*, « R »], limités dans le temps);
- affiner les objectifs dans des indicateurs clés de performance (ICP);
- vérifier si vous pourrez obtenir des données convenables;
- comprendre les aspects logistiques (liés à l'obtention de données fiables);
- savoir ce que vous évaluerez.

Plan de mise en œuvre de projet pilote d'intervention	Copiez ceci de **la feuille de travail 7.**
Problème de comportement	Copiez ceci de **la feuille de travail 3.**

À quoi ressemblera le succès?

Comment saurez-vous si la modification de comportement a eu lieu?

Que voulez-vous voir? (Qui, quoi, quand, où)	
Quelle est votre base de référence?	
Comment mesurerez-vous le mouvement par rapport à la base de référence?	
Comment attribuerez-vous le mouvement à l'intervention? (P. ex. y a-t-il un groupe témoin?)	

Quelles données devrez-vous collecter?

Le tableau ci-dessous montre quelles méthodes de mesure conviennent à quels types d'interventions.

Méthode de mesure	Ce qui sera mesuré	Quand, comment et par qui

ICP – Formulez vos indicateurs clés de performance à la lumière de tout ce qui précède.

Réflexions

Revenez à cette case après la mise en œuvre de votre projet pilote et notez ce qui s'est passé et ce qui a été mesuré, ainsi que vos conclusions. Notez également vos coûts dans cette case, pour vous aider à affiner, à adapter et à étendre votre intervention.

Méthodes de mesure pour les interventions relatives au gaspillage alimentaire des ménages

Méthode de mesure	Mesures	Mesures les mieux adaptées aux types d'intervention	Avantages	Inconvénients
Sondages préalable et postérieur à l'intervention	Proportion des répondants déclarant une réduction du gaspillage alimentaire; proportion de l'augmentation des connaissances en matière de conservation et de planification des repas; données autodéclarées concernant la réduction du gaspillage en kilogrammes par semaine	Programmes scolaires et universitaires • lieux du secteur des loisirs et hôtelier • campagnes, engagements publics	Cela montre un changement dans les données autodéclarées sur les attitudes, les connaissances ou le comportement	Biais en matière d'autodéclaration; difficile à lier au gaspillage alimentaire réel
Journaux de cuisine/registres de gaspillage alimentaire/ technologie de mesure (p. ex. bacs « intelligents »)	Quantité de déchets alimentaires par ménage par semaine; proportion d'aliments gaspillés par type (fruits/légumes, viande, pain, etc.); raisons de l'élimination (p. ex. aliments périmés, trop cuits)	Interventions à domicile • essais à domicile • projets pilotes de modification de comportement • défis communautaires	Suivi quotidien du gaspillage, raisons et contexte	Fardeau des participants; propension à l'abandon ou à la sous-déclaration; on peut soutenir qu'il s'agit d'une intervention en soi.
Pesée des bacs à déchets alimentaires/ analyse de composition	Poids des déchets alimentaires collectés par ménage par semaine; proportion de déchets évitables par rapport aux déchets inévitables; déchets alimentaires en % des déchets résiduels	Interventions à domicile (p. ex. conseils de conservation au réfrigérateur, directives sur les portions)	Mesure directe et objective de la nourriture jetée	Exigeant en main-d'œuvre; requiert des mesures de contrôle minutieuses; pas réalisable à grande échelle
Analyse de plateforme numérique	Nombre de connexions ou téléchargements; temps consacré à l'outil; nombre de recettes/ calculateurs de portions utilisés; nombre de rappels réglés	Outils en ligne (p. ex. calculateurs de portions); applis de supermarchés; sites de recettes	Outils en ligne (p. ex. calculateurs de portions); applis de supermarchés; sites de recettes Montre une mobilisation numérique et des modes d'utilisation	Aucune visibilité de suivi hors ligne à domicile

Méthode de mesure	Mesures	Mesures les mieux adaptées aux types d'intervention	Avantages	Inconvénients
Rétroaction suscitée (p. ex. confirmations par SMS, sondages de suivi)	Proportion des participants effectuant des confirmations; proportion déclarant des mesures prises après l'invite; données autodéclarées sur une réduction du gaspillage à court terme	• invites relatives aux reçus de vente au détail • engagements communautaires • campagnes fondées sur des événements	Moyen léger et évolutif d'évaluer l'effet à court terme	Profondeur limitée; dépend de l'autodéclaration.
Entrevues semi-structurées/ groupes de discussion	Proportion des participants mentionnant des obstacles/facteurs habilitants; thèmes communs sur les facteurs de motivation; perspectives qualitatives des impacts involontaires	• cours de cuisine maison • programmes d'ambassadeurs contre le gaspillage alimentaire • programmes de liaison parents-écoles	Examine les motivations, les obstacles perçus et les résultats involontaires	Petits échantillons; cela pourrait ne pas illustrer la population dans son ensemble.
Interaction dans les médias sociaux (mentions « j'aime », partages, commentaires)	Proportion mentionnant des obstacles/facteurs habilitants; thèmes communs sur les facteurs de motivation; perspectives qualitatives des impacts involontaires	• campagnes d'influenceurs • campagnes de sensibilisation • contenu viral	Indique la portée et la résonance du message.	Ne confirme pas un changement de comportement réel.
Indicateurs indirects (p. ex. ventes de produits alimentaires, téléchargements de recettes, utilisation de l'appli de planification des repas)	Évolution des ventes d'aliments « sujets au gaspillage » (p. ex. laitues en sac); nombre de téléchargements de recettes et de l'appli de planification des repas; engagements liés à l'appli.	• coups de pouce en matière de vente au détail ou en milieux numériques • affichage en magasin	Suit les intentions ou l'évolution des habitudes d'achat/de préparation.	Pourrait ne pas mener à une réduction du gaspillage; difficile d'isoler un effet causal.
Suivi longitudinal des ménages	Gaspillage alimentaire suivi par ménage sur 6 à 12 mois; % de changement de la composition des déchets au fil du temps; adoption soutenue de nouveaux comportements	• essais communautaires d'analyse approfondie • éducation et mesure combinées	Saisit un changement soutenu dans des contextes réels.	Demande élevée en ressources; mesures incitatives solides pour le maintien de la participation

Méthode de mesure	Mesures	Mesures les mieux adaptées aux types d'intervention	Avantages	Inconvénients
Sondages sur les retombées dans les écoles ou au travail	Proportion de parents signalant une influence de l'enfant sur les habitudes alimentaires du foyer; proportion d'employés signalant un changement de pratiques à domicile; changements signalés dans la planification des repas/les courses	Interventions axées sur les enfants ou les employés (p. ex. apprentissage relatif à la boîte à lunch, cafés en milieu de travail)	Saisit une influence indirecte sur les comportements à domicile.	Difficile d'isoler ou d'attribuer les changements de comportement

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 8.

Vous êtes maintenant prêt à mettre en œuvre votre projet pilote! Revenez nous dire comment cela s'est passé avec l'aide des deux dernières feuilles de travail de la présente série.

Votre progression :



Étape 4 : Mettre en œuvre un projet pilote

Partie 2 – Votre plan d'évaluation

La présente feuille de travail vous aidera à planifier comment mesurer le succès de votre intervention. En réfléchissant tôt à l'évaluation, vous pourrez vous assurer de recueillir les bons renseignements, de la bonne manière, et au bon moment. Lorsque vous aurez rempli cette feuille de travail, vous aurez un plan clair concernant les données dont vous aurez besoin, une manière de les recueillir et une manière de les utiliser pour suivre les progrès et tirer des enseignements pour l'avenir.

Pour votre plan d'évaluation, vous devrez :

- définir à quoi on reconnaît le succès (objectifs SMART, spécifiques, mesurables, réalisables [*achievable*, « A »], pertinents [*relevant*, « R »], limités dans le temps);
- affiner les objectifs dans des indicateurs clés de performance (ICP);
- vérifier si vous pourrez obtenir des données convenables;
- comprendre les aspects logistiques (liés à l'obtention de données fiables);
- savoir ce que vous évaluerez.

	Copiez ceci de **la feuille de travail 7.**
Plan de mise en œuvre de projet pilote d'intervention	Un aimant et une fiche de recette seront élaborés. La recette sera expliquée dans le cadre de démonstrations culinaires chez des détaillants Sprouts.

	Copiez ceci de **la feuille de travail 3.**
Problème de comportement	Influencer la capacité et la confiance des gens nécessaires pour évaluer la comestibilité de la nourriture (et donner suite à leur évaluation) pour éviter de jeter les aliments gaspillés. Plus précisément, utiliser la tige de brocoli au lieu de la jeter.

À quoi ressemblera le succès?

Comment saurez-vous si la modification de comportement a eu lieu?

Que voulez-vous voir? (Qui, quoi, quand, où)	Au moins 100(?) personnes assistent aux démonstrations culinaires. Au moins 200 fiches de recettes sont distribuées en magasin. Au moins 200 aimants sont distribués en magasin. Au moins 20 personnes répondent au sondage (en magasin; plus de 200 personnes y répondent globalement). Au moins 30 % des personnes qui répondent au sondage déclarent avoir changé leur comportement.
Quelle est votre base de référence?	Un sondage de référence sera envoyé pour demander aux citoyens ce qu'ils font habituellement avec les tiges de brocoli.
Comment mesurerez-vous le mouvement par rapport à la base de référence?	À l'aide d'un sondage de suivi quelques semaines plus tard.
Comment attribuerez-vous le mouvement à l'intervention? (P. ex. y a-t-il un groupe témoin?)	Aucun groupe témoin – cela sera explicite dans le cadrage des questions.

Quelles données devrez-vous collecter?

Le tableau ci-dessous montre quelles méthodes de mesure conviennent à quels types d'interventions.

Méthode de mesure	Ce qui sera mesuré	Quand, comment et par qui
Comptage	Nombre de personnes assistant aux démonstrations culinaires	À chaque démonstration par l'organisme *We Don't Waste* (Nous ne gaspillons pas)
Sondages préalable et postérieur (données autodéclarées)	Attitudes, connaissances et comportement à l'égard des tiges de brocoli	Au début et à la fin de la campagne, à l'aide de sondages en ligne (numérisation de codes QR sur le matériel de campagne, puis envoyés), auxquels répondront les citoyens

ICP – Formulez vos indicateurs clés de performance à la lumière de tout ce qui précède.

Au moins 100 personnes assistent aux démonstrations culinaires.
Au moins 200 fiches de recettes sont distribuées en magasin.
Au moins 200 aimants sont distribués en magasin.
Au moins 20 personnes répondent au sondage (en magasin; plus de 200 personnes y répondent globalement).
Au moins 30 % des personnes qui répondent au sondage déclarent avoir changé leur comportement.

Réflexions

Revenez à cette case après la mise en œuvre de votre projet pilote et notez ce qui s'est passé et ce qui a été mesuré, ainsi que vos conclusions. Notez également vos coûts dans cette case, pour vous aider à affiner, à adapter et à étendre votre intervention.

Moins de personnes ont assisté aux démonstrations culinaires et ont répondu au sondage. Toutefois, nous avons pu pivoter vers d'autres méthodes d'exécution; nous avons donc pu recueillir des réponses au sondage et des renseignements concernant le changement de comportement lié à la campagne.

Méthodes de mesure pour les interventions relatives au gaspillage alimentaire des ménages

Méthode de mesure	Mesures	Mesures les mieux adaptées aux types d'intervention	Avantages	Inconvénients
Sondages préalable et postérieur à l'intervention	Proportion des répondants déclarant une réduction du gaspillage alimentaire; proportion de l'augmentation des connaissances en matière de conservation et de planification des repas; données autodéclarées concernant la réduction du gaspillage en kilogrammes par semaine	Programmes scolaires et universitaires • lieux du secteur des loisirs et hôtelier • campagnes, engagements publics	Cela montre un changement dans les données autodéclarées sur les attitudes, les connaissances ou le comportement	Biais en matière d'autodéclaration; difficile à lier au gaspillage alimentaire réel
Journaux de cuisine/registres de gaspillage alimentaire/ technologie de mesure (p. ex. bacs « intelligents »)	Quantité de déchets alimentaires par ménage par semaine; proportion d'aliments gaspillés par type (fruits/légumes, viande, pain, etc.); raisons de l'élimination (p. ex. aliments périmés, trop cuits)	Interventions à domicile • essais à domicile • projets pilotes de modification de comportement • défis communautaires	Suivi quotidien du gaspillage, raisons et contexte	Fardeau des participants; propension à l'abandon ou à la sous-déclaration; on peut soutenir qu'il s'agit d'une intervention en soi.
Pesée des bacs à déchets alimentaires/ analyse de composition	Poids des déchets alimentaires collectés par ménage par semaine; proportion de déchets évitables par rapport aux déchets inévitables; déchets alimentaires en % des déchets résiduels	Interventions à domicile (p. ex. conseils de conservation au réfrigérateur, directives sur les portions)	Mesure directe et objective de la nourriture jetée	Exigeant en main-d'œuvre; requiert des mesures de contrôle minutieuses; pas réalisable à grande échelle
Analyse de plateforme numérique	Nombre de connexions ou téléchargements; temps consacré à l'outil; nombre de recettes/ calculateurs de portions utilisés; nombre de rappels réglés	Outils en ligne (p. ex. calculateurs de portions); applis de supermarchés; sites de recettes	Outils en ligne (p. ex. calculateurs de portions); applis de supermarchés; sites de recettes Montre une mobilisation numérique et des modes d'utilisation	Aucune visibilité de suivi hors ligne à domicile

Méthode de mesure	Mesures	Mesures les mieux adaptées aux types d'intervention	Avantages	Inconvénients
Rétroaction suscitée (p. ex. confirmations par SMS, sondages de suivi)	Proportion des participants effectuant des confirmations; proportion déclarant des mesures prises après l'invite; données autodéclarées sur une réduction du gaspillage à court terme	• invites relatives aux reçus de vente au détail • engagements communautaires • campagnes fondées sur des événements	Moyen léger et évolutif d'évaluer l'effet à court terme	Profondeur limitée; dépend de l'autodéclaration.
Entrevues semi-structurées/ groupes de discussion	Proportion des participants mentionnant des obstacles/facteurs habilitants; thèmes communs sur les facteurs de motivation; perspectives qualitatives des impacts involontaires	• cours de cuisine maison • programmes d'ambassadeurs contre le gaspillage alimentaire • programmes de liaison parents-écoles	Examine les motivations, les obstacles perçus et les résultats involontaires	Petits échantillons; cela pourrait ne pas illustrer la population dans son ensemble.
Interaction dans les médias sociaux (mentions « j'aime », partages, commentaires)	Proportion mentionnant des obstacles/facteurs habilitants; thèmes communs sur les facteurs de motivation; perspectives qualitatives des impacts involontaires	• campagnes d'influenceurs • campagnes de sensibilisation • contenu viral	Indique la portée et la résonance du message.	Ne confirme pas un changement de comportement réel.
Indicateurs indirects (p. ex. ventes de produits alimentaires, téléchargements de recettes, utilisation de l'appli de planification des repas)	Évolution des ventes d'aliments « sujets au gaspillage » (p. ex. laitues en sac); nombre de téléchargements de recettes et de l'appli de planification des repas; engagements liés à l'appli.	• coups de pouce en matière de vente au détail ou en milieux numériques • affichage en magasin	Suit les intentions ou l'évolution des habitudes d'achat/de préparation.	Pourrait ne pas mener à une réduction du gaspillage; difficile d'isoler un effet causal.
Suivi longitudinal des ménages	Gaspillage alimentaire suivi par ménage sur 6 à 12 mois; % de changement de la composition des déchets au fil du temps; adoption soutenue de nouveaux comportements	• essais communautaires d'analyse approfondie • éducation et mesure combinées	Saisit un changement soutenu dans des contextes réels.	Demande élevée en ressources; mesures incitatives solides pour le maintien de la participation

Méthode de mesure	Mesures	Mesures les mieux adaptées aux types d'intervention	Avantages	Inconvénients
Sondages sur les retombées dans les écoles ou au travail	Proportion de parents signalant une influence de l'enfant sur les habitudes alimentaires du foyer; proportion d'employés signalant un changement de pratiques à domicile; changements signalés dans la planification des repas/les courses	Interventions axées sur les enfants ou les employés (p. ex. apprentissage relatif à la boîte à lunch, cafés en milieu de travail)	Saisit une influence indirecte sur les comportements à domicile.	Difficile d'isoler ou d'attribuer les changements de comportement

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 8.

Vous êtes maintenant prêt à mettre en œuvre votre projet pilote! Revenez nous dire comment cela s'est passé avec l'aide des deux dernières feuilles de travail de la présente série.

Votre progression :



Étape 4 : Mettre en œuvre un projet pilote

Partie 2 – Votre plan d'évaluation

La présente feuille de travail vous aidera à planifier comment mesurer le succès de votre intervention. En réfléchissant tôt à l'évaluation, vous pourrez vous assurer de recueillir les bons renseignements, de la bonne manière, et au bon moment. Lorsque vous aurez rempli cette feuille de travail, vous aurez un plan clair concernant les données dont vous aurez besoin, une manière de les recueillir et une manière de les utiliser pour suivre les progrès et tirer des enseignements pour l'avenir.

Pour votre plan d'évaluation, vous devrez :

- définir à quoi on reconnaît le succès (objectifs SMART, spécifiques, mesurables, réalisables [*achievable*, « A »], pertinents [*relevant*, « R »], limités dans le temps);
- affiner les objectifs dans des indicateurs clés de performance (ICP);
- vérifier si vous pourrez obtenir des données convenables;
- comprendre les aspects logistiques (liés à l'obtention de données fiables);
- savoir ce que vous évaluerez.

Plan de mise en œuvre de projet pilote d'intervention

Copiez ceci de **la feuille de travail 7.**

Gestion des stocks, utilisation des aliments que vous avez dans le frigo (avant d'en acheter d'autres).

Un dossier d'intervention, y compris un tableau magnétique effaçable à sec pour le réfrigérateur, un ruban adhésif « mange-moi en premier », un fourre-tout et un dépliant et des aimants de réfrigérateur, livré dans le cadre d'un projet de recherche afin que les participants répondent à un sondage et que certains participent à une entrevue approfondie.

Problème de comportement

Copiez ceci de **la feuille de travail 3.**

1. Les citoyens commencent à utiliser les aliments qu'ils ont déjà dans leur frigo avant d'en acheter d'autres (ou continuent de le faire plus régulièrement).
2. Les citoyens commencent à conserver leurs fruits et légumes frais dans des conditions optimales (ou continuent de le faire plus régulièrement).

À quoi ressemblera le succès?

Comment saurez-vous si la modification de comportement a eu lieu?

Que voulez-vous voir? (Qui, quoi, quand, où)	Les citoyens déclarent qu'ils vérifient le contenu de leur réfrigérateur et de leur garde-manger avant de faire leurs courses et, par conséquent, qu'ils accumulent moins de déchets alimentaires (parce qu'ils n'effectuent plus d'achats excessifs). Les citoyens déclarent que leurs fruits et légumes frais se conservent plus longtemps après qu'ils ont suivi les conseils de conservation.
Quelle est votre base de référence?	Dans le cadre de notre sondage, nous avons constaté un niveau élevé de gaspillage alimentaire autodéclaré – moyenne de 34,9 % de quatre produits clés (pain, poulet, lait et pommes de terre) gaspillés. 39 % sont classés dans la catégorie des grands gaspilleurs. Les personnes qui gaspillent beaucoup s'évaluent de façon constante comme ayant une faible compétence lorsqu'il s'agit de vérifier ce qu'elles ont déjà sous la main avant de faire les courses; de ne pas suracheter; de bien gérer le réfrigérateur et le congélateur; de consommer les aliments avant leur date de péremption; de consommer entièrement les produits entamés et de préparer les repas avec des ingrédients aléatoires.
Comment mesurerez-vous le mouvement par rapport à la base de référence?	La comparaison du gaspillage alimentaire et des compétences autodéclarés selon la mesure de base (sondage et entrevues approfondies) et des comportements rétrospectifs post-intervention et de l'autoethnographie. Nous évaluerons largement si les gens ont eu l'impression que les interventions ont fonctionné et la manière dont elles pourraient être améliorées.
Comment attribuerez-vous le mouvement à l'intervention? (P. ex. y a-t-il un groupe témoin?)	L'attribution du mouvement à l'intervention sera autodéclarée. Elle sera mesurée par rapport aux compétences clés selon la base de référence

Quelles données devrez-vous collecter?

Le tableau ci-dessous montre quelles méthodes de mesure conviennent à quels types d'interventions.

Méthode de mesure	Ce qui sera mesuré	Quand, comment et par qui
Autoethnographie	Les réflexions des participants sur les interventions et la manière dont elles se sont appuyées sur les éléments de la trousse d'outils.	Par l'intermédiaire de la plateforme Indeemo. De 2 à 2,5 heures de participation sur une période de deux semaines à la suite de la distribution du dossier d'intervention. (20 personnes)
Sondage réflexif	Les cas de gaspillage alimentaire autodéclarés et le changement de comportement.	Un sondage sur la plateforme Inca – peu après la période d'intervention (objectif de 100 répondants).

ICP – Formulez vos indicateurs clés de performance à la lumière de tout ce qui précède.

Les participants signalent un changement dans leur manière de décider quoi acheter à partir du moment où ils vérifient le contenu de leur réfrigérateur et de leur garde-manger. Par exemple, au lieu de planifier les repas et de vérifier s'ils disposent des ingrédients, ils planifient les repas en fonction des ingrédients qu'ils ont sous la main.
Les participants signalent une plus grande conscience des aliments qu'ils ont sous la main et de ce qui doit être consommé en premier.
Les participants signalent que leurs fruits et légumes frais se conservent plus longtemps (parce qu'ils suivent les conseils de conservation optimale).

Réflexions

Revenez à cette case après la mise en œuvre de votre projet pilote et notez ce qui s'est passé et ce qui a été mesuré, ainsi que vos conclusions. Notez également vos coûts dans cette case, pour vous aider à affiner, à adapter et à étendre votre intervention.

L'évaluation a produit une base de données probantes profonde et étendue, avec des renseignements utiles et exploitables. Toutefois, une limite importante à noter est le fait que l'échantillon était auto-sélectionné et que la participation à l'essai en soi (pas seulement l'évaluation) faisait l'objet de mesures incitatives financières.

Elle est donc en mesure de permettre de répondre à la question « dans quelle mesure les interventions ont-elles été efficaces auprès de cette cohorte d'individus? », et elle fournit des indices importants quant à la manière dont elles pourraient être améliorées et à la manière dont elles pourraient être perçues par d'autres personnes.

Cependant, la nature autosélective de l'approche de recrutement et la composition de l'échantillon font en sorte qu'il est impossible d'affirmer que les impacts obtenus avec cette cohorte seraient automatiquement reproduits dans d'autres contextes, ou sans incitation financière. Cela ne veut pas dire que les conclusions ne sont pas valides, ou que les conséquences devraient être ignorées, mais la réflexion sur l'influence potentielle de l'échantillon de participants constitue un aspect important à prendre en considération.

Méthodes de mesure pour les interventions relatives au gaspillage alimentaire des ménages

Méthode de mesure	Mesures	Mesures les mieux adaptées aux types d'intervention	Avantages	Inconvénients
Sondages préalable et postérieur à l'intervention	Proportion des répondants déclarant une réduction du gaspillage alimentaire; proportion de l'augmentation des connaissances en matière de conservation et de planification des repas; données autodéclarées concernant la réduction du gaspillage en kilogrammes par semaine	Programmes scolaires et universitaires • lieux du secteur des loisirs et hôtelier • campagnes, engagements publics	Cela montre un changement dans les données autodéclarées sur les attitudes, les connaissances ou le comportement	Biais en matière d'autodéclaration; difficile à lier au gaspillage alimentaire réel
Journaux de cuisine/registres de gaspillage alimentaire/ technologie de mesure (p. ex. bacs « intelligents »)	Quantité de déchets alimentaires par ménage par semaine; proportion d'aliments gaspillés par type (fruits/légumes, viande, pain, etc.); raisons de l'élimination (p. ex. aliments périmés, trop cuits)	Interventions à domicile • essais à domicile • projets pilotes de modification de comportement • défis communautaires	Suivi quotidien du gaspillage, raisons et contexte	Fardeau des participants; propension à l'abandon ou à la sous-déclaration; on peut soutenir qu'il s'agit d'une intervention en soi.
Pesée des bacs à déchets alimentaires/ analyse de composition	Poids des déchets alimentaires collectés par ménage par semaine; proportion de déchets évitables par rapport aux déchets inévitables; déchets alimentaires en % des déchets résiduels	Interventions à domicile (p. ex. conseils de conservation au réfrigérateur, directives sur les portions)	Mesure directe et objective de la nourriture jetée	Exigeant en main-d'œuvre; requiert des mesures de contrôle minutieuses; pas réalisable à grande échelle
Analyse de plateforme numérique	Nombre de connexions ou téléchargements; temps consacré à l'outil; nombre de recettes/ calculateurs de portions utilisés; nombre de rappels réglés	Outils en ligne (p. ex. calculateurs de portions); applis de supermarchés; sites de recettes	Outils en ligne (p. ex. calculateurs de portions); applis de supermarchés; sites de recettes Montre une mobilisation numérique et des modes d'utilisation	Aucune visibilité de suivi hors ligne à domicile

Méthode de mesure	Mesures	Mesures les mieux adaptées aux types d'intervention	Avantages	Inconvénients
Rétroaction suscitée (p. ex. confirmations par SMS, sondages de suivi)	Proportion des participants effectuant des confirmations; proportion déclarant des mesures prises après l'invite; données autodéclarées sur une réduction du gaspillage à court terme	• invites relatives aux reçus de vente au détail • engagements communautaires • campagnes fondées sur des événements	Moyen léger et évolutif d'évaluer l'effet à court terme	Profondeur limitée; dépend de l'autodéclaration.
Entrevues semi-structurées/ groupes de discussion	Proportion des participants mentionnant des obstacles/facteurs habilitants; thèmes communs sur les facteurs de motivation; perspectives qualitatives des impacts involontaires	• cours de cuisine maison • programmes d'ambassadeurs contre le gaspillage alimentaire • programmes de liaison parents-écoles	Examine les motivations, les obstacles perçus et les résultats involontaires	Petits échantillons; cela pourrait ne pas illustrer la population dans son ensemble.
Interaction dans les médias sociaux (mentions « j'aime », partages, commentaires)	Proportion mentionnant des obstacles/facteurs habilitants; thèmes communs sur les facteurs de motivation; perspectives qualitatives des impacts involontaires	• campagnes d'influenceurs • campagnes de sensibilisation • contenu viral	Indique la portée et la résonance du message.	Ne confirme pas un changement de comportement réel.
Indicateurs indirects (p. ex. ventes de produits alimentaires, téléchargements de recettes, utilisation de l'appli de planification des repas)	Évolution des ventes d'aliments « sujets au gaspillage » (p. ex. laitues en sac); nombre de téléchargements de recettes et de l'appli de planification des repas; engagements liés à l'appli.	• coups de pouce en matière de vente au détail ou en milieux numériques • affichage en magasin	Suit les intentions ou l'évolution des habitudes d'achat/de préparation.	Pourrait ne pas mener à une réduction du gaspillage; difficile d'isoler un effet causal.
Suivi longitudinal des ménages	Gaspillage alimentaire suivi par ménage sur 6 à 12 mois; % de changement de la composition des déchets au fil du temps; adoption soutenue de nouveaux comportements	• essais communautaires d'analyse approfondie • éducation et mesure combinées	Saisit un changement soutenu dans des contextes réels.	Demande élevée en ressources; mesures incitatives solides pour le maintien de la participation

Méthode de mesure	Mesures	Mesures les mieux adaptées aux types d'intervention	Avantages	Inconvénients
Sondages sur les retombées dans les écoles ou au travail	Proportion de parents signalant une influence de l'enfant sur les habitudes alimentaires du foyer; proportion d'employés signalant un changement de pratiques à domicile; changements signalés dans la planification des repas/les courses	Interventions axées sur les enfants ou les employés (p. ex. apprentissage relatif à la boîte à lunch, cafés en milieu de travail)	Saisit une influence indirecte sur les comportements à domicile.	Difficile d'isoler ou d'attribuer les changements de comportement

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 8.

Vous êtes maintenant prêt à mettre en œuvre votre projet pilote! Revenez nous dire comment cela s'est passé avec l'aide des deux dernières feuilles de travail de la présente série.

Votre progression :

Feuille de travail 9 :
Étape 5 : Adapter et amplifier l’intervention

Étape 5 : Adapter et amplifier l'intervention

Partie 1 – C'est le moment de réfléchir et d'affiner

Félicitations pour la mise en œuvre de votre projet pilote! À l'étape 5, vous réfléchirez à la manière d'adapter et d'amplifier votre intervention.

Tout d'abord, c'est le moment de réfléchir à ce qui a bien fonctionné – et à ce qui n'a pas fonctionné aussi bien que prévu. Ces renseignements vous seront utiles pour éclairer la planification d'interventions et la prise de décisions futures. Lorsque vous aurez rempli la présente feuille de travail, vous aurez une ressource pratique, pour vous-même et pour les autres, qui décrira les réussites et les possibilités d'amélioration et qui offrira le raisonnement qui les sous-tend.

Projet pilote d'intervention – Enseignements tirés et planification des améliorations

Mise en œuvre	
Qu'est-ce qui a bien fonctionné?	Qu'est-ce qui n'a pas bien fonctionné?
Pensez aux détails de même qu'aux choses plus évidentes.	Pensez aux détails de même qu'aux choses plus évidentes
Succès retentissants	Échecs totaux
Espérons qu'il y en a quelques-uns	Espérons qu'il n'y en a pas trop; si c'est le cas, ils s'agit d'une occasion à saisir, puisqu'ils offrent une excellente perspective et un apprentissage rapide.

Réflexion selon le cadre EAST		Réflexion selon le cadre MINDSPACE	
Utilisez ces cadres pour noter des idées d'amélioration.			
Cela pourrait-il être plus facile?		**Messager**	
Cela pourrait-il être plus attrayant?		**Mesures incitatives**	
Cela pourrait-il être plus social?		**Normes**	
Cela pourrait-il être plus opportun?		**Valeurs par défaut**	
Facteurs à prendre en compte pour amplifier l'intervention		**Saillance**	
		Conditionnement	
		Affect	
		Engagements	
		Ego	

Résultats	
Résultats positifs	Résultats négatifs
Pensez aux détails ainsi qu'aux choses plus évidentes.	Pensez aux détails ainsi qu'aux choses plus évidentes.
Surprises	Conséquences imprévues

Performance par rapport aux indicateurs clés de performance (ICP)

Révisions suggérées des indicateurs clés de performance

Améliorations suggérées concernant l'évaluation

Possibilités

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 9.

Plus qu'une seule étape!

Votre progression

Étape 5 : Adapter et amplifier l'intervention

Partie 1 – C'est le moment de réfléchir et d'affiner

Félicitations pour la mise en œuvre de votre projet pilote! À l'étape 5, vous réfléchirez à la manière d'adapter et d'amplifier votre intervention.

Tout d'abord, c'est le moment de réfléchir à ce qui a bien fonctionné – et à ce qui n'a pas fonctionné aussi bien que prévu. Ces renseignements vous seront utiles pour éclairer la planification d'interventions et la prise de décisions futures. Lorsque vous aurez rempli la présente feuille de travail, vous aurez une ressource pratique, pour vous-même et pour les autres, qui décrira les réussites et les possibilités d'amélioration et qui offrira le raisonnement qui les sous-tend.

Projet pilote d'intervention – Enseignements tirés et planification des améliorations

Mise en œuvre	
Qu'est-ce qui a bien fonctionné?	Qu'est-ce qui n'a pas bien fonctionné?
Pensez aux détails de même qu'aux choses plus évidentes.	Pensez aux détails de même qu'aux choses plus évidentes
Reportage à la télévision! Recours à un démarcheur pour distribuer des centaines de dossiers d'intervention aux résidents de Denver. De nombreux répondants aux sondages (environ 300 pour le sondage préalable et environ 100 pour le sondage postérieur). Les partenaires d'exécution ont été mobilisés.	Certaines données dans le sondage n'avaient aucun sens ou n'étaient pas de bonne qualité, et ont dû être supprimées (les gens n'y réagissaient que pour bénéficier des mesures incitatives). Les données autodéclarées sur le gaspillage alimentaire n'ont pas été très bien fournies dans le cadre des sondages; nous n'avons donc pas pu mesurer d'impact sur le gaspillage alimentaire. Nous aurions pu offrir une formation aux démarcheurs chargés d'exécuter les sondages
Succès retentissants	Échecs totaux
Espérons qu'il y en a quelques-uns	Espérons qu'il n'y en a pas trop; si c'est le cas, ils s'agit d'une occasion à saisir, puisqu'ils offrent une excellente perspective et un apprentissage rapide.
Recours à des démarcheurs pour distribuer les dossiers.	Les présentations scolaires (elles n'étaient pas mentionnées dans les feuilles de travail précédentes, mais elles faisaient partie de la campagne) étaient apparemment très chaotiques.

Réflexion selon le cadre EAST		Réflexion selon le cadre MINDSPACE	
Utilisez ces cadres pour noter des idées d'amélioration.			
Cela pourrait-il être plus facile?	Non	**Messager**	Nous pourrions faire appel à de plus grands détaillants, à des chefs et à des influenceurs. Viser à travailler avec des fabricants et à ajouter au brocoli préemballé?
Cela pourrait-il être plus attrayant?	Non	**Mesures incitatives**	Nous pourrions faire appel à de plus grands détaillants, à des chefs et à des influenceurs. Viser à travailler avec des fabricants et à ajouter au brocoli préemballé?
Cela pourrait-il être plus social?	Peut-être	**Normes**	Faire appel à des « messagers » plus importants aidera à normaliser le comportement.
Cela pourrait-il être plus opportun?	Non	**Valeurs par défaut**	Comme ci-dessus.
Facteurs à prendre en compte pour amplifier l'intervention		**Saillance**	Rendre la campagne pertinente pour chaque région.
		Conditionnement	Poursuivre tel quel.
		Affect	Rendre la campagne pertinente pour chaque région.
		Engagements	Maintenir les aimants élaborés pour différents comportements (ce que nous avons fait dans le cadre du travail à Hamilton).
		Ego	Poursuivre tel quel.

Résultats

Résultats positifs	Résultats négatifs
Pensez aux détails ainsi qu'aux choses plus évidentes.	Pensez aux détails ainsi qu'aux choses plus évidentes.
Dans le cadre des sondages, les changements signalés sur le plan des attitudes, des connaissances et du comportement étaient positifs.	Dans le cadre des sondages, on n'a pas bien répondu aux questions sur les changements signalés relatifs aux degrés de gaspillage alimentaire – les sondages s'appuyaient sur des questions matricielles, et il était clair que les répondants ne voyaient pas l'option changer et qu'ils passaient plutôt à la question suivante.
Surprises	**Conséquences imprévues**
Aucune	Aucune observée

Performance par rapport aux indicateurs clés de performance (ICP)

Au moins 100 personnes ont assisté aux démonstrations culinaires – RÉSULTAT NON ATTEINT. Au moins 200 personnes ont reçu des fiches de recettes en magasin – EN ATTENTE DES RÉSULTATS. Au moins 200 aimants ont été distribués en magasin – EN ATTENTE DES RÉSULTATS. Au moins 20 personnes ont répondu au sondage (en magasin; plus de 200 personnes y ont répondu globalement) – RÉSULTAT ATTEINT. Au moins 30 % des personnes qui répondent aux sondages déclarent qu'elles ont changé leur comportement – EN ATTENTE DES RÉSULTATS. Une analyse initiale donne à croire ce qui suit : « dans le cadre du sondage postérieur à la campagne, 21 % des répondants ont déclaré qu'ils avaient cuisiné avec des tiges de brocolis pour la première fois depuis qu'ils avaient vu la campagne, et 18 % ont déclaré qu'ils n'avaient pas encore cuisiné avec des tiges de brocolis, mais qu'ils prévoyaient de le faire. Cela indique au moins un changement potentiel de comportement pour 39 % des répondants dans le cadre du deuxième sondage."

Révisions suggérées des indicateurs clés de performance

Soit moins de personnes assistent aux démonstrations culinaires, soit nous modifions la manière dont nous réalisons les démonstrations (par exemple s'il s'agissait d'un plus grand magasin, les ICP ont peut-être été atteints).

Améliorations suggérées concernant l'évaluation

Une formation pour les démarcheurs pour s'assurer que les questions sont correctement posées et que les données sont correctement collectées. Éventuellement, rendre toutes les questions obligatoires pour clore le sondage.

Possibilités

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 9.

Plus qu'une seule étape!

Votre progression



Étape 5 : Adapter et amplifier l'intervention

Partie 1 – C'est le moment de réfléchir et d'affiner

Félicitations pour la mise en œuvre de votre projet pilote! À l'étape 5, vous réfléchirez à la manière d'adapter et d'amplifier votre intervention.

Tout d'abord, c'est le moment de réfléchir à ce qui a bien fonctionné – et à ce qui n'a pas fonctionné aussi bien que prévu. Ces renseignements vous seront utiles pour éclairer la planification d'interventions et la prise de décisions futures. Lorsque vous aurez rempli la présente feuille de travail, vous aurez une ressource pratique, pour vous-même et pour les autres, qui décrira les réussites et les possibilités d'amélioration et qui offrira le raisonnement qui les sous-tend.

Projet pilote d'intervention – Enseignements tirés et planification des améliorations

Mise en œuvre	
Qu'est-ce qui a bien fonctionné?	Qu'est-ce qui n'a pas bien fonctionné?
Pensez aux détails de même qu'aux choses plus évidentes.	Pensez aux détails de même qu'aux choses plus évidentes
La combinaison des interventions a été bien accueillie. Les mesures incitatives financières ont constitué un facteur important dans le recrutement des participants. Réaction positive à l'aspect et à la convivialité des interventions. Le tableau effaçable à sec a obtenu un grand succès. Certaines personnes ont affirmé qu'elles prenaient une photo du tableau avant de faire les courses. Certains participants partageaient des conseils avec leurs amis et les membres de leur famille.	La nature autosélective du recrutement et la composition de l'échantillon font en sorte qu'il est impossible d'affirmer que les impacts obtenus auprès de cette cohorte seraient obtenus dans d'autres contextes, ou sans incitation financière. Le ruban adhésif « mange-moi en premier » n'a pas fonctionné aussi bien que nous l'espérions. En outre, certaines personnes pourraient bénéficier d'instructions concernant la manière de l'utiliser (quels aliments, quand, etc.). Un espace pour une date serait utile. Certaines personnes avaient l'impression que la conception était orientée vers les familles avec enfants. Certaines estimaient que la nature à usage unique du ruban contribuait au gaspillage.
Succès retentissants	Échecs totaux
Espérons qu'il y en a quelques-uns	Espérons qu'il n'y en a pas trop; si c'est le cas, ils s'agit d'une occasion à saisir, puisqu'ils offrent une excellente perspective et un apprentissage rapide.
92 % des répondants ont déclaré qu'ils avaient beaucoup réduit le gaspillage (22 %), ou un peu (70 %). 65 % des répondants dans le cadre du sondage ont signalé que leur nourriture se conservait plus longtemps à la suite de la mise en pratique des conseils de stockage des aliments.	Ouf! Aucun désastre.

Réflexion selon le cadre EAST		Réflexion selon le cadre MINDSPACE	
Utilisez ces cadres pour noter des idées d'amélioration.			
Cela pourrait-il être plus facile?	Ruban – oui – plus collant et avec des instructions. Tableau effaçable à sec – plus grand et des catégories plus claires.	**Messager**	Tous ont été efficaces – maintenir le format de partenariat local.
Cela pourrait-il être plus attrayant?	Ruban – oui – certaines personnes ont affirmé qu'il n'était pas esthétiquement agréable.	**Mesures incitatives**	Les mesures ont peut-être été artificiellement accrues; la participation était donc susceptible d'être également plus élevée. Des mesures incitatives sociales pourraient être ajoutées, p. ex. pour les économies déclarées
Cela pourrait-il être plus social?	Oui – plus de possibilités de partage des enseignements	**Normes**	L'ajout d'un aspect social pourrait améliorer la normalisation du comportement. Peut-être recourir également à des influenceurs.
Cela pourrait-il être plus opportun?	Le choix du moment était bon, car c'était indépendant d'autres événements ou campagnes. Fait important, le moment de l'utilisation du réfrigérateur était bien choisi à des fins d'incitation au point de décision.	**Valeurs par défaut**	L'intervention visait à modifier les valeurs par défaut afin que les gens les vérifient avant de faire les courses.
Facteurs à prendre en compte pour amplifier l'intervention		**Saillance**	L'intervention a semblé réussir à stimuler la sensibilisation. Des messages à bord des autobus et aux arrêts d'autobus ont été utiles à cet égard.
		Conditionnement	Le tableau effaçable à sec était un outil d'amorce – un rappel relatif aux stocks. La rétroaction a offert des suggestions d'amélioration – plus d'espace et des catégories plus claires
		Affect	La préservation de la nourriture puise dans un facteur d'optimisme.
		Engagements	L'engagement a été encouragé au moyen de mesures incitatives financières pour le temps consacré au projet. Sans cela, d'autres formes d'engagement seraient utiles. Un aspect auquel réfléchir.
		Ego	La participation au projet – le fait qu'elle sollicite l'avis des gens fait appel à l'ego. Si la trousse d'intervention est offerte sans l'aspect recherche, cela devra être examiné de concert avec un aspect social et, peut-être, une incitation.

Résultats

Résultats positifs	Résultats négatifs
Pensez aux détails ainsi qu'aux choses plus évidentes.	Pensez aux détails ainsi qu'aux choses plus évidentes.
La trousse d'intervention et le format de recherche (incitation +) ont eu un bon impact. La gamme de produits a bien fonctionné – les gens pouvaient choisir ce qui fonctionnait pour eux.	Des aimants de réfrigérateur faisaient partie de la trousse distribuée – ils constituaient l'élément le moins apprécié de la trousse.
Surprises	**Conséquences imprévues**
En raison d'un temps d'impression plus court, le fourre-tout n'était pas de couleur; le texte était donc probablement plus difficile à lire et moins accrocheur. Toutefois, il a généralement été bien accueilli et a fait l'objet de bons commentaires concernant son utilité.	Aucune notée.

Performance par rapport aux indicateurs clés de performance (ICP)

Les participants ont déclaré faire l'inventaire des aliments qu'ils ont déjà sous la main avant d'en acheter d'autres (non mesuré). Le sondage se concentrait sur la réduction autodéclarée du gaspillage d'aliments – 22 % des participants ont déclaré gaspiller beaucoup moins et 70 % d'entre eux ont déclaré gaspiller un peu moins. Un pourcentage net de 92 % des participants ont déclaré une réduction.

Les participants ont déclaré que leurs fruits et légumes frais se conservaient plus longtemps parce qu'ils mettaient en pratique les conseils de stockage optimal : 65 % d'entre eux l'ont signalé.

Révisions suggérées des indicateurs clés de performance

Nous pourrions envisager et mesurer des ICP fondés sur les compétences plus spécifiques, par exemple :
Pourcentage de participants signalant une amélioration de la planification des repas
Pourcentage de participants signalant une amélioration de la vérification des stocks (préintervention et post-intervention)
Pourcentage de participants signalant des comportements davantage axés sur l'épuisement des aliments

Améliorations suggérées concernant l'évaluation

Inclure des questions fondées sur les compétences dans le sondage et envisager l'utilisation de sondages préintervention et post-intervention aux fins de comparaison.

Possibilités

L'évaluation a fourni une rétroaction utile pour améliorer les interventions. Cela offre des possibilités de précisions supplémentaires fondées sur cette rétroaction et d'essais supplémentaires avec une évaluation fondée sur les compétences au lieu de se concentrer sur une amélioration des interventions, ce qui était important dans ce contexte.

Bravo, vous avez bien rempli la feuille de travail 9.

Plus qu'une seule étape!

Votre progression

Feuille de travail 10 :
Étape 5 : Adapter et amplifier l’intervention

Étape 5 : Adapter et amplifier l'intervention

Partie 2 – Raconter son récit et le diffuser

La diffusion d'information consiste à s'assurer que vos conclusions, vos résultats et vos enseignements tirés atteignent les bons publics. Ainsi, votre travail a un effet au-delà du projet en soi. La présente feuille de travail vous aidera à préciser l'information que vous souhaiterez partager, en identifiant les personnes qui devront la recevoir et en choisissant les manières les plus efficaces de la communiquer. Lorsque vous aurez rempli la feuille de travail, vous aurez un plan ciblé et réalisable pour maximiser la portée, la compréhension et l'influence durable de vos résultats.

Le récit

Le problème :
Décrivez le problème que vous avez entrepris de résoudre.

Les changements :
Décrivez les comportements précis que vous cibliez, le public cible et les changements que vous vouliez constater.

L'intervention :
Qu'avez-vous fait? (Incluez la mesure que vous avez prise et l'évaluation que vous avez faite.)

Les résultats :
Quels changements avez-vous constatés?

L'apprentissage :
Qu'avez-vous appris?

Les recommandations :
Que feriez-vous différemment la prochaine fois?

La diffusion de l'information

À qui voulez-vous communiquer l'information? Comment pouvez-vous atteindre le mieux ces personnes, et comment voulez-vous que les membres de chaque public donnent suite à l'information?

Qui?	Comment?	Quoi?

Bravo, vous avez bien rempli votre dernière feuille de travail!

Votre progression :

Étape 5 : Adapter et amplifier l'intervention

Partie 2 – Raconter son récit et le diffuser

La diffusion d'information consiste à s'assurer que vos conclusions, vos résultats et vos enseignements tirés atteignent les bons publics. Ainsi, votre travail a un effet au-delà du projet en soi. La présente feuille de travail vous aidera à préciser l'information que vous souhaiterez partager, en identifiant les personnes qui devront la recevoir et en choisissant les manières les plus efficaces de la communiquer. Lorsque vous aurez rempli la feuille de travail, vous aurez un plan ciblé et réalisable pour maximiser la portée, la compréhension et l'influence durable de vos résultats.

Le récit

Le problème :
Décrivez le problème que vous avez entrepris de résoudre.

Les gens pourraient ne pas avoir confiance en leur capacité d'évaluer si des aliments sont comestibles pour diverses raisons : une dépendance excessive à l'égard des dates sur les étiquettes, un manque de confiance en leurs propres sens (par exemple l'apparence, l'odeur et le goût), le fait de laisser des restes dans le réfrigérateur sans étiquette et ne pas se rappeler depuis quand ils y sont, et le fait de ne pas manger des aliments comestibles (comme des tiges de brocoli et des épluchures de légumes) parce qu'on les perçoit comme non comestibles. Il serait possible d'influencer ces comportements et de les changer en vue de réduire le gaspillage alimentaire des ménages.

Les changements :
Décrivez les comportements précis que vous cibliez, le public cible et les changements que vous vouliez constater.

Influencer la capacité et la confiance des gens pour évaluer la comestibilité des aliments (et pour donner suite à leur évaluation) afin d'éviter de jeter des aliments gaspillés. Plus précisément : utiliser les tiges de brocoli au lieu de les jeter (objectif des feuilles de travail). Utiliser son odorat pour vérifier si le lait est bon à consommer (au lieu de se fier uniquement à la date indiquée sur l'étiquette). Utiliser le test de flottaison de l'œuf pour vérifier la fraîcheur d'un œuf (au lieu de se fier uniquement à la date indiquée sur l'étiquette). Étiqueter les restes et les manger, au lieu de les oublier et de les jeter.
Utiliser les pommes de terre germées au lieu de les jeter.

L'intervention :
Qu'avez-vous fait? (Incluez la mesure que vous avez prise et l'évaluation que vous avez faite.)

Les responsables du programme WRAP (Waste and Resources Action Programme, programme d'action relatif aux déchets et aux ressources) ont dirigé la campagne et l'ont exécutée aux côtés de l'organisme We Don't Waste (Nous ne gaspillons pas), de la municipalité de Denver, des épiceries Sprouts et des écoles publiques de Denver. Nous avons créé un microsite, diffusé des publications sur les réseaux sociaux et distribué des aimants liés aux comportements ci-dessus, des fiches de recettes fondées sur les tiges de brocoli et un autocollant « Use It Up » (mange-moi) pour les restes. Nous les avons distribués dans un dossier d'intervention, avec un dépliant d'information d'une page, à 1 500 résidents de Denver (principalement par démarchage, mais également par l'intermédiaire de nos partenaires). L'impact a été évalué au moyen de formulaires de commentaires des partenaires ainsi que d'un sondage préalable et d'un sondage postérieur à la campagne pour les résidents de Denver.

Les résultats :
Quels changements avez-vous constatés?

Les résultats initiaux des sondages donnent à croire que les changements de comportement les plus importants concernent les œufs, les restes et le brocoli. Moins de changements de comportement ont été signalés au sujet du lait et des pommes de terre. Toutefois, selon les données reçues, l'impact sur les niveaux autodéclarés de gaspillage alimentaire n'était pas clair.

L'apprentissage :

Qu'avez-vous appris?

Les démarcheurs ont été formidables (et essentiels) dans la diffusion du matériel, mais pas aussi formidables dans la diffusion des sondages. Toutefois, de nombreux facteurs ont pu entrer en jeu.

Les recommandations :

Que feriez-vous différemment la prochaine fois?

Investir davantage dans l'étape d'évaluation.

La diffusion de l'information

À qui voulez-vous communiquer l'information? Comment pouvez-vous atteindre le mieux ces personnes, et comment voulez-vous que les membres de chaque public donnent suite à l'information?

Qui?	Comment?	Quoi?
Autres villes/municipalités	Réseautage	Participer à un autre projet pilote.
Autres bailleurs de fonds	Réseautage	Financer un autre projet pilote.
Autres détaillants	Réseautage	Cofinancer un autre projet pilote et y participer.

Bravo, vous avez bien rempli votre dernière feuille de travail!

Votre progression :

Étape 5 : Adapter et amplifier l'intervention

Partie 2 – Raconter son récit et le diffuser

La diffusion d'information consiste à s'assurer que vos conclusions, vos résultats et vos enseignements tirés atteignent les bons publics. Ainsi, votre travail a un effet au-delà du projet en soi. La présente feuille de travail vous aidera à préciser l'information que vous souhaiterez partager, en identifiant les personnes qui devront la recevoir et en choisissant les manières les plus efficaces de la communiquer. Lorsque vous aurez rempli la feuille de travail, vous aurez un plan ciblé et réalisable pour maximiser la portée, la compréhension et l'influence durable de vos résultats.

Le récit

Le problème :
Décrivez le problème que vous avez entrepris de résoudre.

Les gens vont souvent faire leurs courses pour acheter de nouveaux produits alimentaires sans vérifier ce qu'ils ont déjà dans le frigo, ce qui les mène à suracheter et à gaspiller des aliments.

Les changements :
Décrivez les comportements précis que vous cibliez, le public cible et les changements que vous vouliez constater.

Notre projet ciblait les personnes qui ont la responsabilité principale d'acheter la nourriture pour un foyer. Il visait à encourager et à permettre la gestion des stocks, en incitant les gens à consommer ce qu'ils ont dans leur frigo avant d'acheter d'autres aliments. Nous avons élaboré une trousse d'intervention conçue pour inciter les gens à vérifier les produits qu'ils ont dans leur réfrigérateur et leur garde-manger et à les consommer avant d'aller faire les courses pour acheter d'autres aliments.

L'intervention :
Qu'avez-vous fait? (Incluez la mesure que vous avez prise et l'évaluation que vous avez faite.)

Nous avons distribué les trousses d'intervention, composées d'un tableau effaçable à sec et d'un aimant de réfrigérateur pour aider les gens à suivre ce qu'il y a dans le frigo et les aliments qui doivent être épuisés, d'un fourre-tout imprimé de conseils de conservation des fruits et légumes frais et d'un rouleau de ruban adhésif « mange-moi en premier » pour attirer l'attention des gens sur les produits alimentaires à courte durée de vie, les emballages ouverts et les produits dont la date de péremption approche. Nous avons suivi les gens sur une période de deux semaines pour voir comment ces interventions contribuaient à réduire le gaspillage.

Les résultats :
Quels changements avez-vous constatés?

Soixante-cinq pour cent (65 %) des participants ont déclaré que leurs aliments se conservaient plus longtemps après qu'ils eurent suivi les conseils de conservation de la nourriture. La plupart des participants (92 %) ont affirmé que le dossier d'intervention les avait aidés à gaspiller beaucoup moins (22 %) ou un peu moins (70 %) de nourriture. Les gens aimaient la nature simple et non accablante du matériel, ce qui rendait la campagne réalisable et accessible. Ils ont fréquemment mentionné le fait que le tableau effaçable à sec et le ruban « mange-moi en premier » étaient des outils efficaces qui aidaient les utilisateurs à réduire le gaspillage en suivant les aliments qui devaient être consommés en premier.

L'apprentissage :

Qu'avez-vous appris?

Si des interventions similaires étaient déployées à nouveau, les suggestions suivantes relatives à la conception devraient être prises en considération… Tableau effaçable à sec : l'agrandir et le rendre plus durable; inclure une structure ou des catégories d'ajustement de l'effacement; offrir une version numérique. Ruban : plus adhérent aux emballages; codage par couleurs pour le niveau d'urgence; espace pour insérer des dates; matériaux plus durables. Il existe une tension entre la profondeur de l'engagement auprès de petits groupes et un engagement plus superficiel auprès de grands nombres de personnes (avec des avantages et des inconvénients pour les deux approches). Pour trouver le bon équilibre dans le cadre des travaux futurs, il faudra adapter « la profondeur et l'étendue » de l'engagement aux objectifs et aux besoins précis liés aux travaux.

Les recommandations :

Que feriez-vous différemment la prochaine fois?

Cette approche « coup de pouce plus » des interventions, exécutée conjointement avec une autoethnographie, a incité les gens à réfléchir aux interventions et à leur comportement, ce qui peut avoir accru l'impact. Les travaux futurs pourraient viser à reproduire cette approche ou à exécuter des interventions à plusieurs niveaux avec des incitations à la réflexion. Nous devrions envisager de nous concentrer fortement sur l'incitation des gens à vérifier leurs stocks. Cela a été bien accueilli, et cela soutient les principaux éléments comportementaux de la réduction du gaspillage alimentaire, en influençant la capacité des gens à acheter uniquement ce dont ils ont besoin, à utiliser ce qu'ils ont sous la main et à planifier leurs repas. Étape suivante : examiner et adapter les interventions, en fonction des commentaires, et vérifier auprès des citoyens pour comprendre l'effet des modifications. Ensuite, mettre en œuvre le dossier d'intervention à plus grande échelle et réaliser une évaluation axée sur l'impact pour déterminer son efficacité concernant la réduction du gaspillage alimentaire, par rapport à des groupes témoins qui ne bénéficient pas des interventions. Investir dans la mesure des cas de gaspillage alimentaire pour surmonter certaines des limites de la dépendance à l'autodéclaration. Ajouter un aspect social.

La diffusion de l'information

À qui voulez-vous communiquer l'information? Comment pouvez-vous atteindre le mieux ces personnes, et comment voulez-vous que les membres de chaque public donnent suite à l'information?

Qui?	Comment?	Quoi?
Autres municipalités : partager la campagne avec d'autres comtés voisins de l'Ohio, comme le comté de Franklin – 16 villes, cantons et villages. Desservis par la SWACO (*Solid Waste Authority of Central Ohio*, autorité des déchets solides du centre de l'Ohio) (qui a ses propres programmes).	Partage du matériel de soutien de la campagne de prévention des déchets alimentaires des ménages du programme WRAP (*Waste and Resources Action Programme*, programme d'action relatif aux déchets et aux ressources) élaboré par le comté de Hamilton par courriel direct pour les contacts connus, au moyen d'un webinaire destiné aux partenaires potentiels et par l'intermédiaire d'un circuit de conférences pour les possibilités destinées aux intervenants.	Discuter de la manière dont, avec le site Web « *Wild About Saving Food* » (passionnés par la préservation de la nourriture), l'organisme ReSource du comté de Hamilton a créé des documents à distribuer contenant des conseils de conservation… Tous les autres éléments du portefeuille du programme WRAP, p. ex. « *Camp Waste Not* » (camp Zéro Gaspillage), de Denver pourraient également être déployés dans leur localité, ou si les responsables souhaitaient participer à un atelier de création comme l'a fait le comté de Hamilton.

Bravo, vous avez bien rempli votre dernière feuille de travail!

Votre progression :



CEC
CCA
CCE

cec.org