



Jardins pédagogiques à l'école en Normandie

I – PRESENTATION ET DESCRIPTION DE L'ACTION :



1- Ses objectifs :

Les CIVAM ont travaillé à la mise en place de repas de qualité dans les cantines, notamment avec la réintroduction de fruits et légumes frais. Malgré la qualité des repas proposés, de nombreux enfants refusaient de goûter à ces aliments mal connus de leur alimentation quotidienne. Ainsi est née l'idée de cultiver des légumes avec les classes afin de rapprocher l'enfant du végétal et, ainsi, de favoriser l'envie de goûter puis de consommer régulièrement des fruits et légumes frais.

2- Les cibles (public) visées

Les publics visés sont les enfants et adolescents. Les animations dans le jardin ont lieu sur le temps scolaire ou périscolaire donc en partenariat avec les écoles, les établissements scolaires et les centres de loisirs.

3- Les territoires concernés

La Basse Normandie.

4- La période choisie

Les cycles d'animation sont proposés sur l'année. Il nous semble important d'éduquer les enfants à la saisonnalité des fruits et légumes et par conséquent d'intervenir auprès d'eux à chaque saison.

5- Les productions concernées

Toutes les productions de fruits et légumes sont concernées.



6- Le budget alloué de la composition des ressources

| Matériels promotionnels | Description | Nombre ⁽¹⁾ | Evaluation quantitative du public touché | Budget annuel moyen |
|---|--|-------------------------------------|--|---------------------|
| Autres moyens : Animations (magasins,marchés) | Animation par l'association CIVAM (6 demi-journées par site minimum) | Équivalent à 3 jours d'intervention | Moyenne de 20 enfants par sites | 690 € |
| | Frais de déplacement des animateurs | 6 allers/retours | | 300 € |
| Distribution de fruits et de légumes | Achat de semences et grains | Selon les besoins | | 150 € |
| BUDGET TOTAL | | | | 1 140 €/sites |

(1) nombre d'articles ou de spot TV

II – LA MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION

1- Les messages mis en avant

- la saisonnalité des fruits et légumes
- la diversité des goûts
- l'équilibre alimentaire
- la patience, le travail en équipe et le partage

2- L'information et la communication préalable

Les partenaires impliqués et rôle assuré par chacun :

- L'établissement scolaire ou centre de loisirs : organisation de l'activité, information auprès des parents,...
- Les fournisseurs (jardinerie ou autres) : aide possible pour la fourniture de graines et plants
- La Région / le Département / la commune : aides financières
- La commune et les services techniques : aide matérielle (mise à disposition d'un lieu de main-d'œuvre pour les travaux importants, de matériel,...)



Associations partenaires : mise en place de repas à thème,...

La Fédération Régionale des CIVAM s'est fixée comme mission d'éduquer les jeunes consommateurs à une alimentation plus citoyenne et plus équilibrée. Ainsi, elle met en place des actions d'éducation (animations en classe, tables de découverte au restaurant scolaire, réunion d'information et de sensibilisation pour les adultes).

3- Le plan média

La presse locale et régionale a été invitée à rendre compte de cette action, notamment à l'occasion des journées portes ouvertes organisées par les écoles.

4- Les évènements :

Les écoles ont organisé des journées portes ouvertes où les parents ont pu visiter le jardin potager de l'établissement avec leurs enfants.

III – ANALYSE DES FACTEURS CLES DE SUCCES

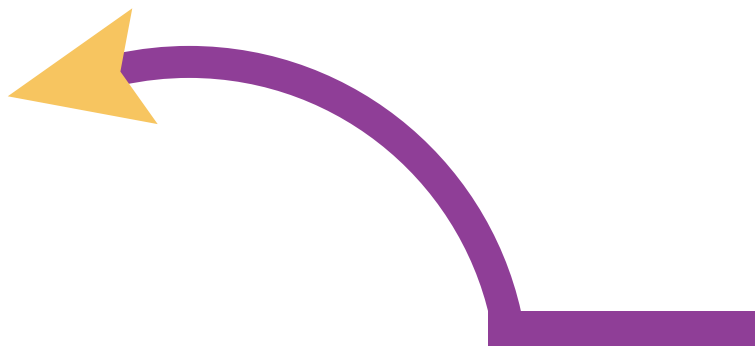
Les objectifs en terme d'information, de sensibilisation, de développement des ventes ou de déclenchement d'acte de consommation ou d'achat ont-ils été atteints ?

- au niveau quantitatif :

Le but de l'action étant de sensibiliser les enfants à une alimentation de qualité, les résultats sont difficiles à percevoir à court terme. La FRCIVAM a, depuis le début de cette action, accompagné environ 200 enfants dans la mise en place de jardins.

- au niveau qualitatif :

Chaque enfant a pu découvrir la production de légumes à petite échelle et a pu déguster sa production au jardin. Certains enfants ont ainsi découvert des légumes tels que les radis, la salade, les aromates, les épinards, ... L'objectif principal est atteint dans le sens où la curiosité des enfants a été éveillée et qu'ils sont maintenant réceptifs à un message complémentaire (équilibre alimentaire par exemple).



| | Evaluation * : | Commentaires : |
|---|----------------|---|
| La pertinence et l'impact des messages : | +++ | Les enfants sont très sensibles à la problématique de l'alimentation. |
| L'information et la communication préalable : | + | Nous faisons peu de communication autour de ce projet (en préparation ou en cours de projet). |
| Le plan média : | + | |
| L'implication des partenaires socio-économiques : | + | Implication limitée dans ce projet |
| L'implication des partenaires institutionnels : | +++ | Sans l'aide des partenaires institutionnels, ce type d'action n'a pas lieu (projet trop coûteux pour les établissements). |
| Les moyens opérationnels : (PLV, animations, affichages) | +++ | Les animations sur le terrain sont le principal atout de ce projet grâce à la relation animateurs-enfants qui se construit au fil des ateliers. |
| La synergie avec d'autres productions d'autres campagnes de communication : | ++ | Les informations données en animation sont relayées par les publicités (télévisées, presse,...), favorisant leur compréhension. |
| Les moyens financiers mobilisés : | + | Les jardins tels qu'ils sont réalisés sont peu coûteux (entraide, prêt de matériel, récupération de matériaux). |
| La pluriannualité de l'action : (répétition des actions) | + | Dans notre cas, ce type de projet est rarement pluriannuel (changement des équipes, des projets d'établissement,...). |

+++ fortement ++ moyennement + faible

IV – LES CONTACTS UTILES (personnes – sites)



**Fédération régionale
des CIVAM de Basse Normandie**
 2 place du 8 mai 1945
 14500 VIRE
 TEL / FAX : 02.31.68.80.58
 frcivambn@tiscali.fr