

J'aime manger pas gaspiller Canada
Chaque bouchée
doit compter

Nos trois premières années – 2018 à 2021

zéroDÉCHET
LE CONSEIL NATIONAL ZÉRO DÉCHET
Une initiative de Metro Vancouver

J'AI ME
MANGER
pas gaspiller

Aider les Canadiens et Canadiennes à tirer le meilleur parti de la nourriture qu'ils aiment.

La campagne *J'aime manger pas gaspiller Canada* a été lancée à l'échelle nationale en juillet 2018 par le Conseil national zéro déchet. En étroite collaboration avec les partenaires de la campagne, nous adoptons une approche collaborative et intersectorielle en offrant des astuces et des stratégies simples et réalisables pour inspirer les Canadiens et Canadiennes et leur permettre de tirer profit de leurs aliments afin de diminuer le gaspillage alimentaire.

J'aime manger pas gaspiller Canada se fonde sur la campagne *Love Food Hate Waste* qui a initialement été élaborée au Royaume-Uni par le Waste and Resources Action Programme (WRAP) et a été lancée au Canada par Metro Vancouver à titre campagne régionale en 2016. C'est aujourd'hui une campagne reconnue et éprouvée dans le monde entier qui vise à changer le comportement des consommateurs, avec un réseau mondial de parties prenantes qui travaillent ensemble pour lutter contre le gaspillage alimentaire des ménages.

Nos partenaires de campagne (2018-2021)

Ministère de l'Environnement et de la Stratégie
sur les changements climatiques de la Colombie-
Britannique

Capital Regional District

Ville de Vancouver

Ville de Victoria

Ville de Toronto

Ville de Winnipeg

Metro Vancouver

RECYC-QUÉBEC

Sobeys

Walmart Canada

Au sujet du Conseil national zéro déchet

Fondé par Metro Vancouver, le Conseil national zéro déchet est une initiative d'avant-garde axée sur la transition du Canada vers une économie circulaire. Il réunit des gouvernements, des entreprises et des organisations non gouvernementales dans le but de promouvoir la réduction des déchets et d'optimiser les occasions économiques au profit de l'ensemble de la population canadienne. Le Conseil fait progresser la prévention des pertes et du gaspillage alimentaires depuis 2012, en plaidant pour des incitatifs fiscaux, des changements de politique et l'adoption de pratiques exemplaires.

J'aime manger pas gaspiller Canada est présentée par le Conseil national zéro déchet et ses partenaires.

jaimemangerpasgaspiller.ca | info@jaimemangerpasgaspiller.ca



@lovefoodhatewasteca



@lfhw_ca



@lovefoodhatewasteca

nzcw.ca | admin@nzcw.ca



@nzcw_ca



Conseil national zéro déchet

Table des matières

Résumé	5
Gaspillage alimentaire des ménages, en chiffres	6
Notre stratégie : Inspirer et responsabiliser	7
Travailler ensemble pour empêcher le gaspillage alimentaire à la maison	8
Moments forts de la campagne	10
Tactiques de la campagne	16
Regard vers l'avenir	25
Impliquez-vous	26



Résumé

Les Canadiens et Canadiennes jettent plus de nourriture qu'ils ne le pensent.

En fait, plus de 60 % de la nourriture jetée dans les foyers canadiens auraient pu être consommée. Pour un ménage moyen, cela équivaut à 140 kilogrammes de nourriture jetée par année, soit un coût total de 1 300 \$! Pour l'ensemble du Canada, cela représente jusqu'à 2,3 millions de tonnes d'aliments comestibles jetés, une perte annuelle de 21 milliards de dollars! L'impact sur l'environnement est également stupéfiant : à l'échelle nationale, le gaspillage alimentaire des ménages contribue à l'émission de 6,9 millions de tonnes de gaz à effet de serre (GES) chaque année, soit l'équivalent de plus de 2 millions de voitures sur la route.

Heureusement, c'est un problème que nous pouvons régler.

En tant que principale ressource canadienne pour prévenir le gaspillage alimentaire des ménages, *J'aime manger pas gaspiller Canada* adopte une approche collaborative et intersectorielle pour proposer des trucs et astuces simples et réalisables qui permettent aux Canadiens et Canadiennes de réduire le gaspillage alimentaire.

Nos méthodes

Des messages cohérents et convaincants, dont la portée est amplifiée par les actions de nos partenaires.

Des campagnes conçues pour inspirer et habiliter les Canadiens et Canadiennes à prévenir le gaspillage alimentaire à la maison. Depuis 2018 ont eu lieu les campagnes suivantes :

- Notre campagne de lancement « Saviez-vous? » de juillet 2018 qui a sensibilisé et touché des millions de Canadiens et Canadiennes en 11 langues.

- Notre campagne « Planifiez bien. Utilisez tout. Régalez-vous. » du printemps 2019, où nous avons présenté 10 segments télévisés et radiophoniques diffusés à travers le pays qui ont été entendus par 3,1 millions de personnes.
- Notre campagne « Des conseils en abondance » de l'été 2020 qui a aidé les gens à mieux planifier leurs achats à l'épicerie au plus fort de la pandémie de COVID-19 et qui a entraîné une augmentation de 126 % du trafic sur notre site Web.
- Notre campagne « Redécouvrons la richesse de nos aliments » de l'automne 2020 qui a donné lieu à la mise en place de notre babillard de trucs et astuces interculturels pour les Canadiens et Canadiennes.
- Notre campagne « En cinq façons » de 2021, en partenariat avec quelques-uns des principaux micro-influenceurs au pays, a permis d'établir 1,35 million de nouvelles connexions en ligne.

Les tactiques donnent vie à nos stratégies et permettent à *J'aime manger pas gaspiller Canada* d'être en lien avec son public. Au cours de nos trois premières années, voici des tactiques que nous avons adoptées :

- Créer des liens par la sensibilisation et l'engagement
- Susciter l'intérêt grâce à la publicité
- Informer les Canadiens et Canadiennes en publiant du marketing de contenu
- Accéder à de nouveaux publics grâce aux médias sociaux et aux ambassadeurs
- Inciter au suivi grâce à notre site Web
- Sensibiliser le public grâce aux médias et aux relations publiques

En regardant vers l'avenir, nous sommes déterminés à poursuivre sur la lancée et le succès de ces trois premières années.



Chaque jour, les ménages canadiens gaspillent 6 000 tonnes d'aliments comestibles, notamment :

- 2 600 000 pommes de terre
- 1 300 000 pommes
- 1 300 000 tomates
- 1 000 000 tasses de lait
- 650 000 miches de pain
- 640 000 bananes
- 130 000 laitues
- 470 000 œufs

Gaspillage alimentaire des ménages, en chiffres

L'étude de référence 2017 du Conseil national zéro déchet sur le gaspillage alimentaire des ménages a révélé des données déconcertantes : 63 % des résidus alimentaires jetés dans les ménages canadiens auraient pu être consommés. Pour un ménage moyen, cela équivaut à 140 kg de nourriture jetée par année, soit un coût de 1 300 \$.

Pour l'ensemble du Canada, cela représente près de 2,3 millions de tonnes d'aliments comestibles jetés, une perte annuelle de 21 milliards de dollars.¹

Bien que tous les types d'aliments soient gaspillés, les plus courants en poids sont les légumes, les fruits et les restes de table, suivis du pain et des produits de boulangerie.

Prévenir le gaspillage alimentaire = réduire notre empreinte carbone

Lorsque nous gaspillons des aliments, nous gaspillons également les ressources utilisées pour les cultiver, les produire et les distribuer. Le transport des alimentaires de la ferme à la table et ensuite leur élimination laissent une empreinte carbone importante. En évitant les 2,3 millions de tonnes de gaspillage alimentaire annuel au Canada, nous avons le pouvoir de réduire nos émissions de GES de 6,9 millions de tonnes par année, soit l'équivalent de retirer plus de 2 millions de voitures de la circulation.



63 %

Part des résidus alimentaire qui est jetée et qui aurait pu être consommée.

140 kg

Quantité d'aliments comestibles qu'un ménage canadien moyen gaspille chaque année.

1 300 \$

Montant qu'un ménage moyen dépense chaque année pour la nourriture gaspillée.

6,9 millions de tonnes

Quantité d'émissions de GES que le gaspillage alimentaire des ménages du Canada produit chaque année.

¹ Notre étude de 2017 sur le gaspillage alimentaire des ménages a été mise à jour en février 2022 pour tenir compte des coûts actuels des aliments, des nouvelles données de recensement sur la population et des nouvelles méthodes pour estimer les émissions de GES.

Notre stratégie : Inspirer et responsabiliser

Nous voulons inspirer les citoyens et leur donner les moyens de changer leurs habitudes. Pour ce faire, nous sensibilisons la population au problème du gaspillage alimentaire des ménages, puis nous lui donnons la motivation et les informations nécessaires pour qu'elle puisse tirer le meilleur parti de sa nourriture et gaspiller moins.

À l'aide d'outils visuels inspirants, de recettes créatives et de trucs et astuces simples et pratiques, nous nous concentrons sur trois comportements essentiels :

- acheter uniquement ce dont vous avez besoin;
- utiliser tout ce que vous achetez;
- conserver adéquatement les aliments pour qu'ils restent frais plus longtemps.

Le gaspillage alimentaire est dû au fait que nous achetons trop, que nous cuisinons trop ou que nous ne conservons pas adéquatement nos aliments.

Pour lutter contre ce phénomène, nous enseignons comment :

- tirer le meilleur parti des produits frais;
- congeler, déshydrater et mettre en conserve;
- éviter le gaspillage alimentaire pendant les fêtes et les célébrations culturelles;
- préparer les repas pour l'école;
- planifier les repas;
- conserver les aliments;
- utiliser les restants.

PLANIFIEZ

UTILISEZ
TOUT

CONSERVEZ



**Pour J'aime manger
pas gaspiller Canada,
la collaboration
est essentielle**

Travaillons ensemble pour empêcher le gaspillage alimentaire des ménages

Nous participons à la communauté internationale.

J'aime manger pas gaspiller (LFHW) est une marque reconnue mondialement et active dans de nombreux pays, dont la Nouvelle-Zélande, l'Australie et le Royaume-Uni. S'appuyant sur des faits probants, elle rassemble une **communauté internationale qui partage des idées et des connaissances** sur la meilleure façon de prévenir le gaspillage alimentaire des ménages.

Nous travaillons en étroite collaboration avec nos partenaires canadiens.

Nous savons qu'il faut un message cohérent sur plusieurs plateformes pour susciter un changement de comportement. Nos partenaires de *J'aime manger pas gaspiller* Canada utilisent leur rayonnement, leur influence et un éventail de tactiques pour adapter et amplifier la portée de notre message commun. **Chacun de nos partenaires joue un rôle central** dans la campagne *J'aime manger pas gaspiller* Canada.

Parce que nos partenaires font partie intégrante de notre réussite, nous encourageons leur participation de toutes les manières possibles. Nous offrons un soutien individuel pour aider chaque partenaire à tirer le meilleur parti de sa participation. Nous fournissons également des messages et des images pour les médias sociaux, ainsi qu'un accès à des forums de partage des connaissances et au réseau international de *J'aime manger pas gaspiller*.

Nous nous joignons à la grande conversation.

Pour nous assurer que nous faisons partie de la grande conversation sur le gaspillage alimentaire, nous nous associons à des organismes à but non lucratif et à d'autres organisations partageant les mêmes idées pour coordonner nos efforts.

Déjà, nous avons mené des campagnes multipartenaires à l'occasion d'événements pancanadiens comme le Jour de la Terre et la Semaine canadienne de réduction des déchets, appuyé la Trousse d'action anti-gaspillage alimentaire de la Commission de coopération environnementale de l'Amérique du Nord et participé à la campagne We Heart Local du BC Agriculture Council.

Nous avons également été présentés au niveau international dans le rapport sur les pratiques exemplaires du groupe de travail technique de l'Alliance pour l'efficacité des ressources du G7 qui a été préparé pour la réunion des ministres du climat et de l'environnement du G7 en mai 2021.



Moments forts de la campagne

Nos campagnes visent un seul objectif : modifier le comportement des gens pour éviter le gaspillage alimentaire des ménages. Même si notre message est cohérent, notre approche est multidimensionnelle et utilise une variété de plateformes et de canaux pour sensibiliser les Canadiens et Canadiennes d'un océan à l'autre.

Les principales campagnes de nos trois premières années d'existence nous ont permis de collaborer avec plusieurs partenaires, de multiplier les contacts grâce à un grand éventail d'activités et d'influenceurs et d'utiliser toute une gamme de médias, tant traditionnels qu'en ligne.



3,1 millions

Nombre de personnes rejointes grâce à la diffusion de notre message **Planifiez bien. Utilisez tout. Régalez-vous.** diffusé à la radio et à la télévision.

2,99 millions

Nombre total d'impressions numériques réalisées dans le cadre de notre campagne **Des conseils en abondance.**

2,65 millions

Nombre de connexions réalisées grâce à notre campagne **En cinq façons** en partenariat avec des micro-influenceurs.

3,0 millions

Nombre de personnes touchées par notre campagne de publicité payante **Redécouvrons la richesse de nos aliments.**



NOUS JETONS 550 000 BANANES CHAQUE JOUR AU CANADA.



Été 2018 Saviez-vous?

Lancement national de la campagne J'aime manger, pas gaspiller Canada

Notre campagne « Saviez-vous? » a permis de présenter *J'aime manger pas gaspiller Canada* à tous les Canadiens et Canadiennes, pendant laquelle des événements ont été présentés en simultanée à Montréal, à Toronto et à Vancouver. C'est à l'aide de statistiques troublantes (un ménage moyen qui jette 1 300 dollars d'aliments comestibles par année) et de messages clés (63 % des résidus alimentaires des ménages peuvent être évités) que nous avons entrepris de sensibiliser les gens à ce problème et de leur donner les moyens de moins gaspiller.

En diffusant notre message partout, des abribus aux camions à ordures en passant par les babillards électroniques et les vidéos en ligne, nous avons touché des millions de Canadiens et Canadiennes. Tout au long de la campagne, notre objectif est resté le même : amener les Canadiens et Canadiennes à faire un simple changement.

Grâce à nos partenaires, nous avons été en mesure de nous adresser à tous les Canadiens et Canadiennes.

La Ville de Toronto a lancé la campagne « Saviez-vous? » en 11 langues, avec des articles dans 20 publications, totalisant plus de 50 000 pages de contenu, s'adressant ainsi aux résidents non seulement en anglais et en français, mais aussi en russe et en tagalog.

Printemps 2019

Planifiez bien. Utilisez tout. Régalez-vous.

Notre campagne « Planifiez bien. Utilisez tout. Régalez-vous. » a été un succès dans tout le pays. Cet effort multidimensionnel pour amorcer la conversation à l'échelle du Canada sur les petits gestes que nous pouvons faire pour prévenir le gaspillage alimentaire a été possible grâce au déploiement coordonné qui a réuni divers partenaires (dont la Ville de Toronto et Metro Vancouver), à l'achat de publicité partout au pays et, bien sûr, au charisme des vedettes.

Le célèbre chef cuisinier Bob Blumer s'est lancé dans une tournée de deux semaines, partageant

le message de *J'aime manger pas gaspiller Canada* lors de trois événements en direct, dans une série de cinq vidéos et dans dix segments télévisés et radiophoniques à travers le pays. En cours de route, il a enseigné à Marilyn Denis, de CTV, comment faire une frittata vide-frigo, a ébloui un public de 2 000 personnes avec un déjeuner digne d'un grand chef fait entièrement de restes au marché St. Lawrence de Toronto, et s'est joint au Ministère de l'Environnement et de la Stratégie sur les changements climatiques de la Colombie-Britannique au marché fermier de Riley Park pour donner des conseils sur la façon de faire compter chaque bouchée de ces produits frais.





BAÏES MEURTRIÈS ?

Des conseils en abondance.

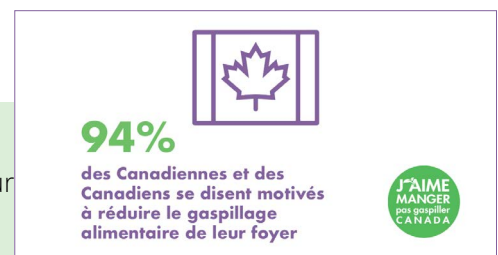
Été 2020 Des conseils en abondance

À mesure que la pandémie de COVID-19 s'installait, les gens préparaient davantage de repas à la maison et faisaient moins souvent leur épicerie, ce qui a rendu nos efforts pour contrer le gaspillage alimentaire des ménages d'autant plus opportuns. Pour mieux comprendre ce qui se passait à la maison, nous avons sondé les Canadiens et Canadiennes pour savoir comment leurs habitudes avaient changé. Ce sondage a mené à la mise sur pied de notre campagne « Des conseils en abondance » visant à échanger des astuces et des recettes qui permettent à chacun et chacune d'optimiser ses achats, de gaspiller moins et de passer du bon temps à la maison.

Dans le cadre de cette campagne, nous avons conçu une série de ressources numériques et une campagne de publicité payante qui a rejoint 1,2 million de Canadiens et Canadiennes. La campagne « Des conseils en abondance » a également donné un grand coup de pouce à notre présence en ligne, en augmentant de 126 % le trafic sur le site Web, dont plus de 88 % provenaient de nouveaux utilisateurs.

Gaspillage alimentaire des ménages en 2020

En juin 2020, le Conseil national zéro déchet a mené un sondage pour savoir comment les attitudes et les comportements des Canadiens et Canadiennes en matière de gestion des aliments avaient changé pendant les premières restrictions liées à la pandémie. Le sondage a révélé que même si les gens achetaient généralement plus de nourriture, ils croyaient que leur planification était meilleure et qu'ils gaspillaient moins. En fait, 24 % ont déclaré qu'ils gaspillaient moins qu'avant la pandémie. Ces résultats ont offert une occasion exceptionnelle de tirer parti des comportements positifs et de faire en sorte que la prévention du gaspillage alimentaire fasse partie de la nouvelle normalité.



Automne 2020

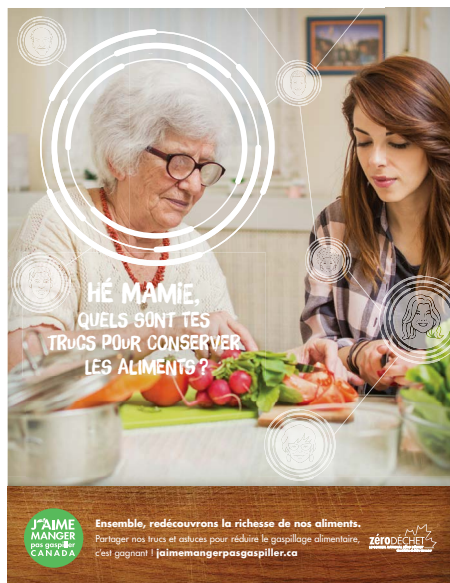
Redécouvrons la richesse de nos aliments

Tout au long de notre tournée médiatique 2019 avec Bob Blumer, nous avons entendu parler de l'importance de la nourriture pour rassembler les gens, et nous avons été frappés par la valeur que les Canadiens et Canadiennes accordent au partage de leurs recettes et de leurs traditions familiales.

En guise de réponse, nous avons lancé notre campagne « Redécouvrons la richesse de nos aliments » en invitant toute la population du pays à tendre la main à leurs amis, à leurs parents et à *J'aime manger pas gaspiller Canada* pour partager leurs secrets en matière de conservation de nourriture, leurs recettes et leurs traditions familiales. Le résultat?

Un babillard électronique d'astuces interculturels en pleine expansion, ainsi qu'une série de quatre vidéos mettant en lumière certaines de nos astuces et solutions préférées.

Initialement prévue pour le printemps 2020 (mais retardée en raison de l'émergence de la COVID-19), la campagne « Redécouvrons la richesse de nos aliments » a été lancée avec une campagne publicitaire qui a touché près de 3 millions de personnes par l'entremise de messages d'intérêt public et de bannières publicitaires et de vidéos en ligne.



EN 5 FAÇONS



Printemps et automne 2021

En cinq façons

Dans le cadre de notre campagne « En cinq façons », nous avons présenté des façons simples et créatives d'utiliser les restes et les aliments imparfaits, qu'il s'agisse de croûtes de pain, de pâtes cuites, d'herbes fanées ou de pieds de brocoli.

Nous nous sommes associés à huit micro-influenceurs, dont la diététicienne et gastronome Nita Sharda et la passionnée de pâtisserie Sabrina Stavenjord, dans le cadre d'une campagne sur les médias sociaux qui a suscité des conversations animées et attiré 1 700 nouveaux abonnés en ligne. Notre communiqué de presse a fait l'objet d'une

couverture dans 13 médias de renom, avec un public cumulé de près de 6 millions de lecteurs. Et notre matériel créatif a été largement partagé.

Forts du succès de notre campagne printanière, nous avons poursuivi à l'automne en partageant d'autres conseils de la campagne « En cinq façons » pour gérer les restes de dinde, de citrouilles et d'autres aliments de saison.

Tactiques de la campagne

Nous savons qu'il faut un message cohérent et à long terme sur plusieurs plateformes pour susciter un changement de comportement. C'est dans cet esprit que nous avons concentré nos trois premières années sur la collaboration avec les entreprises, les gouvernements et d'autres parties prenantes et que nous avons misé sur le développement de solides alliances avec 11 partenaires précieux qui utilisent tous leur influence de marketing et une série de mesures et de stratégies pour aider à amplifier la portée de notre message commun.

RECYC-QUÉBEC and Ricardo Media's Partnership

J'AIME MANGER pas gaspiller CANADA

Savez-vous que 63% des aliments jetés par les Canadiens auraient pu être mangés? Incroyable, mais vrai! De ce pourcentage, en moyenne majoritairement des légumes, des fruits et des restes.

Aux yeux de RECYC-QUÉBEC, c'est beaucoup trop. C'est pourquoi nous vous proposons une feuille de conseils et d'astuces qui vous aideront à diminuer le gaspillage alimentaire au quotidien.

Pour des gestes concrets pour réduire la quantité de nourriture gaspillée chaque jour, d'un repas à l'autre, est primordial, surtout lorsque l'on consomme que près de 22 milliards de tonnes d'aliments comestibles sont jetés chaque année au Canada.

Pour un ménage canadien, la nourriture achetée qui n'est pas mangée représente un coût moyen de 1 100 \$ par année. Une somme que vous pourriez utiliser autrement, n'est-ce pas?

S'INFORMER ET ADOPTER DE NOUVELLES HABITUDES

La campagne personnelle J'AIME MANGER PAS GASPILLER, avec RECYC-QUÉBEC est la première à sensibiliser, mais l'accent est mis sur des trucs et astuces faciles et des conseils simples qui vous aideront à améliorer vos habitudes pour mieux gérer vos repas, conserver vos aliments et en tirer le maximum. Autrement dit, comment bien utiliser deux votre argent! RECYC-QUÉBEC, ambassadeur d'un Québec sans gaspillage, vous accompagne dans ce geste responsable. Ensemble avec nous, c'est bon pour la planète et pour le portefeuille!

À la maison, au bureau ou au resto, contribuez vous aussi à la lutte au gaspillage alimentaire!

www.jaimemangerpasgaspiller.ca
 @jaimemangerpasgaspiller @recyc_quebec

Votre gouvernement | zéro DÉCHET | RECYC-QUÉBEC

J'AIME MANGER pas gaspiller CANADA

MOINS GASPILLER CETTE ANNÉE? VOILÀ UNE BONNE RÉOLUTION!

Savez-vous qu'un tiers de la nourriture produite dans le monde est gaspillée? Ce n'est pas rien! Au Canada, nous jetons 2,2 millions de tonnes d'aliments comestibles chaque année. Et 47% du gaspillage alimentaire, en termes de valeur des aliments, survient à la maison. C'est beaucoup trop!

Cuisiner les restants

Les restos des fêtes vous ont laissés une grande quantité de nourriture et de restants? Pour éviter de les jeter, identifiez ceux à manger en priorité, incorporez un aliment acheté ou cuisiné en trop dans une nouvelle recette, comme des légumes ou de la viande dans un pot-au-feu. Les restes de pain moelleux font quant à eux d'excellents painades ou pain de croûtons. Savez-vous que 750 000 pains sont gaspillés chaque jour au Canada?

Le congélateur, un allié

Si l'inspiration ou le temps vous manquent, le congélateur peut être votre allié. Pour une congélation optimale, la température du congélateur devrait être 18°C (pas plus froide). Un bon truc: congeler les aliments en portions individuelles, dans un contenant ou emballage exempt d'air. La saveur et la texture seront ainsi mieux préservées. Prenez soin d'étiqueter la date de congélation sur votre contenant afin de les manger à l'intérieur de trois mois.

Ensemble, réduisons notre gaspillage alimentaire. De saine manger, pas gaspiller!

www.jaimemangerpasgaspiller.ca
 @jaimemangerpasgaspiller @recyc_quebec

Votre gouvernement | zéro DÉCHET | RECYC-QUÉBEC

Sponsored articles in the magazine

Créer des liens par la sensibilisation et l'engagement

Que ce soit par l'entremise de présentoirs dans les magasins, d'étalages dans les marchés de producteurs, de conférenciers lors d'événements régionaux, d'échantillons alimentaires, de démonstrations culinaires ou d'initiatives éducatives telles que des ateliers, des conférences, des trousse d'outils et des webinaires, nos partenaires travaillent avec diligence pour diffuser le message de J'aime manger pas gaspiller Canada dans la collectivité.

Nos partenaires se surpassent également pour mobiliser leurs propres employés. Le Ministère de l'Environnement et de la Stratégie sur les changements climatiques de la Colombie-Britannique, par exemple, a diffusé des conseils

zéro gaspillage par courriel à son personnel, l'a encouragé à faire le suivi de son gaspillage alimentaire et l'a invité à participer à des événements de formation sur ses heures de dîner. De plus, nos partenaires provinciaux sont de précieux défenseurs de la lutte contre le gaspillage alimentaire auprès des gouvernements locaux : RECYC-QUÉBEC a offert une trousse d'outils et des ressources essentielles aux collectivités de la province, tandis que le Ministère de l'Environnement et de la Stratégie sur les changements climatiques de la Colombie-Britannique a soutenu 28 gouvernements locaux dans la promotion de la campagne.



EN 2018, METRO VANCOUVER EST ALLÉE À LA RENCONTRE DE MILLIERS DE PARTICIPANTS À LA CONFÉRENCE ZÉRO DÉCHET ET A DISTRIBUÉ 200 POMMES « RESCAPÉES » POUR FAIRE PASSER LE MESSAGE SUR LE GASPILLAGE DES ALIMENTS. METRO VANCOUVER S'EST ÉGALEMENT ASSOCIÉE À LA VILLE DE VANCOUVER ET AU MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA STRATÉGIE SUR LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES DE LA COLOMBIE-BRITANNIQUE POUR UN ÉVÉNEMENT DE SENSIBILISATION METTANT EN VEDETTE LE MINISTRE GEORGE HEYMAN ET LE CÉLÈBRE CHEF CUISINIER BOB BLUMER.

EN 2019, LA VILLE DE TORONTO A RÉUNI 40 GASTRONOMES LOCAUX DANS DES ATELIERS SUR LA CONSERVATION DES ALIMENTS. LA MÊME ANNÉE, METRO VANCOUVER A DIFFUSÉ LE MESSAGE DE J'AIME MANGER PAS GASPILLER CANADA LORS DE 13 ÉVÉNEMENTS COMMUNAUTAIRES ET MARCHÉS FERMISERS QUI ONT ATTIRÉ PLUS DE 3 100 RÉSIDENTS.





Susciter l'intérêt grâce à la **publicité**

En étroite collaboration avec nos partenaires, le message de *J'aime manger pas gaspiller Canada* a été affiché dans des abribus et sur des camions à ordures, imprimé sur des aimants pour réfrigérateurs et diffusé dans des messages d'intérêt public sur des chaînes de télévision nationale, des bannières publicitaires en ligne, des annonces dans des magazines et des publipartages dans le but de changer les comportements à grande échelle.

Nous avons mené une campagne nationale dans le magazine *Châtelaine*, attiré de nouveaux visiteurs sur notre site Web grâce aux annonces payées par RECYC-QUÉBEC dans *La Presse*, et en partenariat avec RECYC-QUÉBEC et Ricardo Media, rejoint directement un **public cible de plus d'un million** d'amateurs de cuisine grâce à des textes et annonces imprimées et en ligne dans le magazine francophone numéro 1 au pays.



Informer les Canadiens et Canadiennes en publiant du **marketing de contenu**

Nous sommes désireux de créer du contenu qui suscitera l'intérêt des Canadiens et Canadiennes pour la prévention du gaspillage alimentaire. En collaboration avec nos partenaires, nous sensibilisons et inspirons les citoyens grâce, entre autres, à nos bulletins riches en information, billets de blogue et articles en ligne.

Notre infolettre *J'aime manger pas gaspiller Canada*, lancée en septembre 2020 et publiée chaque mois en anglais et en français, a attiré plus de **2 000 abonnés au cours de ses neuf premiers mois** et affiche des taux de clics et d'ouverture de page supérieurs à la moyenne.

De plus, tous nos partenaires se sont mobilisés pour amplifier notre voix en partageant le contenu de *J'aime manger pas gaspiller Canada* sur leurs propres plateformes imprimées et en ligne. La Ville de Vancouver diffuse notre message aux **6 400 abonnés** de son bulletin *Greenest City*. Nous sommes également en mesure d'atteindre **un vaste public par l'entremise de la plateforme TheHUB de Walmart**, où notre championne zéro gaspillage, Christine Tizzard, offre également des conseils sur des sujets tels que l'utilisation des résidus de cuisine pour faire repousser des aliments. Et grâce aux efforts déployés par Sobeys à l'occasion de la Journée de la Terre 2020, le contenu de notre site Web a été diffusé aux publics en ligne de Thrifty Foods, Sobeys et IGA.

Atteindre de nouveaux publics grâce aux médias sociaux et aux ambassadeurs

Grâce à notre site Web *J'aime manger pas gaspiller Canada*, à nos publications sur les médias sociaux et à l'augmentation de la visibilité que nous obtenons grâce à nos partenaires et influenceurs, notre présence en ligne est forte et s'accroît chaque jour.

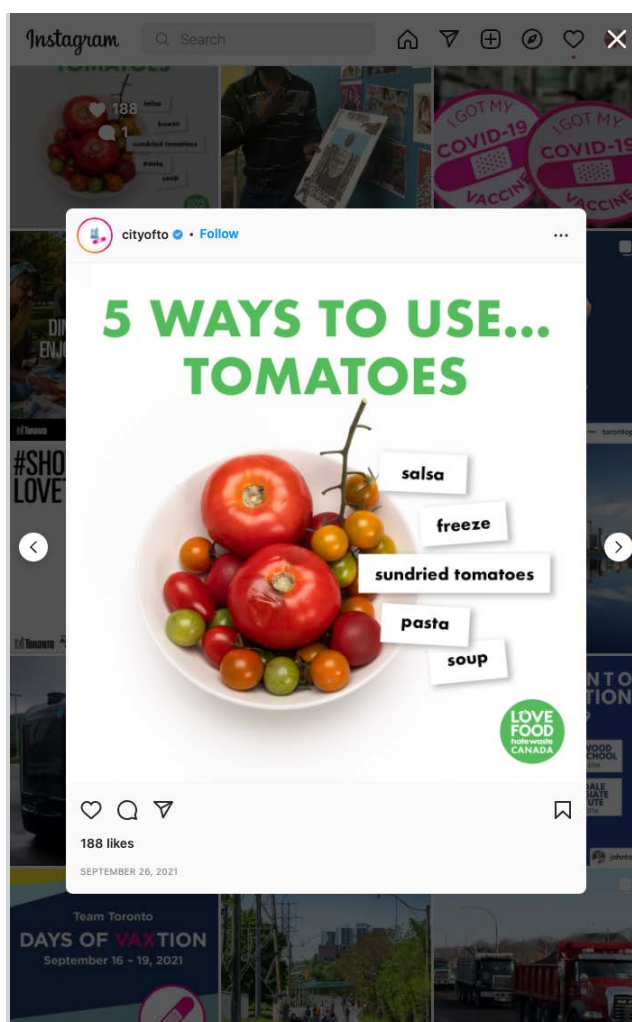
Au cours de nos trois premières années, nous avons commencé à constituer une équipe d'ambassadeurs nationaux et de micro-influenceurs qui sont de véritables champions du mouvement de lutte contre le gaspillage alimentaire. Qu'il s'agisse de personnalités populaires en ligne comme Sabrina Stavenjord, passionnée de pâtisserie, ou connues comme Christine Tizzard, experte culinaire, chacune apporte son expertise, de la crédibilité, un public établi et une passion pour le zéro gaspillage. Qu'ils fournissent des recettes, offrent des trucs et astuces, apparaissent dans nos vidéos, agissent en tant que porte-parole pour les médias ou nous connectent à leurs réseaux sociaux, chacun d'eux, **accroît notre portée et diffuse le message** de *J'aime manger pas gaspiller Canada* dans tout le pays.

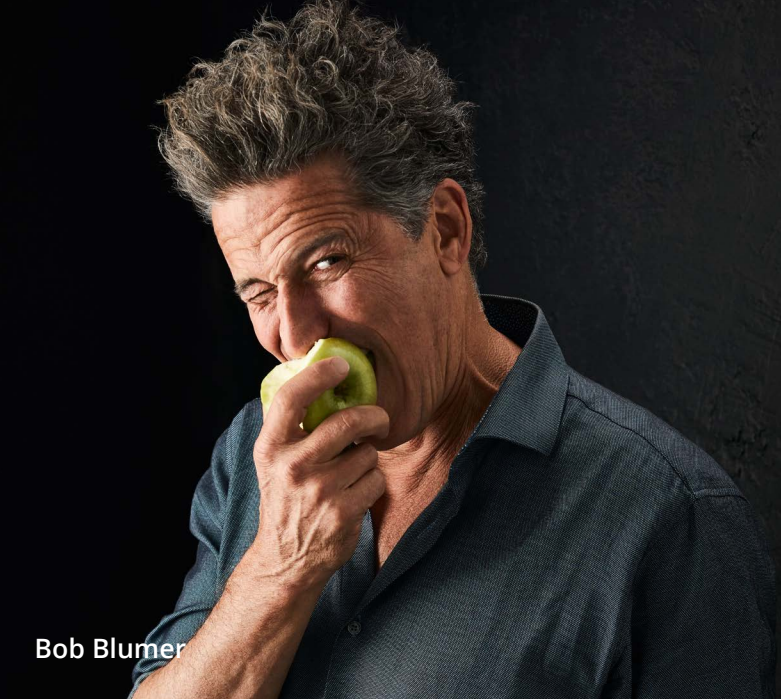
Grâce à leur soutien, nous avons attiré plus de **10 000 abonnés Instagram** et près de 17 000 abonnés Facebook jusqu'à présent, avec une **augmentation de 32 % de notre communauté sur les médias sociaux** au cours de la dernière année seulement.

Plus de 25 000

Nombre d'abonnés sur Instagram, Facebook et Twitter au cours de nos trois premières années..

Inspirée par les succès des micro-influenceurs de la Ville de Toronto, partenaire de *J'aime manger pas gaspiller Canada*, la campagne nationale a travaillé avec huit champions régionaux du zéro gaspi pour notre campagne En cinq façons. Le résultat? Conversations animées sur les réseaux sociaux et 1 700 nouveaux abonnés en ligne.





Bob Blumer



Nita Sharda



Christine Tizzard

Nos champions zéro gaspi

Bob Blumer – Célèbre chef cuisinier; héros de la tournée médiatique nationale 2019 de *J'aime manger pas gaspiller* et créateur de délicieuses recettes et de trucs et astuces ingénieux.

Jennifer Pallian (« Foodess ») – Mère de 3 enfants; experte de la cuisine scientifique; contributrice de recettes zéro gaspillage inspirées.

Christine Tizzard – Experte culinaire; chef cuisinière zéro gaspi; fournit des recettes et des trucs amusants et accessibles.

Hubert Comier – Docteur en nutrition; offre des astuces et des recettes simples et saines facilement accessibles sur les médias sociaux.

Nita Sharda, @nita_sharda – Nutritionniste/fine gourmet

Sabrina Stavenjord, @sabinastavenjord – Passionnée de pâtisserie

Solmaz Khosrowshahian, @curiouscreature – Blogueuse spécialisée en nourriture et en voyage

Levi Hildebrand, @levi_hildebrand – Créateur de vidéos axées sur le développement durable

James Smith, @jamesrcs – Spécialiste en marketing social

Tranda Jack, @tranda.jack – Expert en style de vie holistique

Vicky Fortin, @vickyfortin – Maman-preneur

Natalie Bell, @pegcitylovely – Blogueuse sur le mode de vie

Lindsey Pleskot, @lindsaypleskot – Nutritionniste professionnelle

Alicia Faithoc, @aliciafaithoc – Influenceuse de mode de vie



**PAIN RASSIS?
DES CONSEILS
EN ABONDANCE.**

Pour en savoir plus >

Établir une ressource de confiance : **jaimemangerpasgaspiller.ca**

Nous sommes déterminés à faire de notre site Web une ressource de premier plan que les Canadiens et Canadiennes consultent régulièrement. À cette fin, nous nous efforçons de fournir un contenu accessible, facile à suivre et vérifié par des experts, qui peut nous aider à changer les choses dans la prévention du gaspillage alimentaire.

Nous étoffons continuellement notre dossier de recettes avec de nouvelles idées de repas saisonniers, testées par des experts, pour aider à maximiser les aliments. Et nous enrichissons constamment notre très populaire guide de conservation des aliments de A à Z, en y ajoutant des trucs et astuces zéro gaspillage novateurs.

Plus de 23 800

Nombre de visiteurs de
jaimemangerpasgaspiller.ca
chaque mois.

Sensibiliser grâce aux médias et aux relations publiques

La sensibilisation du public au message de *J'aime manger pas gaspiller Canada* s'accroît, en partie grâce à l'attention médiatique importante que nous avons attirée.

La campagne a déjà fait l'objet de plus de **100 mentions dans les médias nationaux**. Rien qu'en 2021, nous avons bénéficié d'une couverture dans de grands médias (*Vancouver Sun*, *Toronto Star*, *National Post*, CBC et ICI Radio-Canada Première, et Global), dans des journaux locaux comme dont *Le Soleil* (Québec), le *Campbell River Mirror*, dans des magazines emblématiques comme *Harrowsmith*, dans des sites nationaux comme le *National Observer* et dans des publications sectorielles comme *Waste and Recycling Magazine*.

Notre sondage 2020 (qui a montré que 94 % des Canadiens et Canadiennes sont motivés à réduire le gaspillage alimentaire dans leur ménage) a été repris par **Postmedia Network** et a été publié dans des journaux tels que le *Toronto Sun*, l'*Edmonton Sun* et le *Winnipeg Sun*, diffusant le message de *J'aime manger pas gaspiller Canada* à un lectorat de plus de **3,7 millions de personnes**.





Regard vers l'avenir

Que nous réservent les prochaines années?

Une plus grande implication, des partenariats plus forts et des messages amplifiés

Nous sommes fiers de notre réussite jusqu'à présent et impatientes de poursuivre sur la lancée de ces trois premières années.

Pour l'avenir, nous tenons à renforcer notre rôle dans les collectivités locales, nationales et mondiales de lutte contre le gaspillage alimentaire. Nous dirigerons l'effort canadien lors de l'événement mondial, la Semaine d'action contre le gaspillage alimentaire, par exemple, et nous intensifierons notre engagement avec d'autres partenaires internationaux.

Nous nous concentrons également sur l'amplification de notre message. Grâce à un nombre accru de partenariats et à des collaborations renforcées, nous ferons en sorte que plus de gens parlent de l'enjeu du gaspillage alimentaire des ménages. En communiquant à grande échelle, nous veillerons à ce que tous les Canadiens et Canadiennes se sentent outillés, responsabilisés et informés pour apporter des changements qui seront porteurs d'améliorations concrètes.

Impliquez-vous

Nous croyons que la collaboration est essentielle pour susciter un véritable changement et nous voulons travailler avec d'autres gens qui partagent notre engagement à lutter contre le gaspillage alimentaire pour avoir, ensemble, un impact plus grand.

Aidez-nous à tisser des liens et à collaborer avec les Canadiens et Canadiennes d'un bout à l'autre du pays en partageant nos ressources et nos messages clés tous azimuts. Si vous êtes un gouvernement, une entreprise ou une organisation à but non lucratif et que vous souhaitez organiser votre propre campagne locale de lutte contre le gaspillage alimentaire ou collaborer avec nous au niveau national, n'hésitez pas à communiquer avec nous. Il y a de nombreuses façons de participer à la campagne *J'aime manger pas gaspiller Canada* et nous aimerions savoir comment vous voulez vous impliquer.

Tout le monde a un rôle important à jouer, autant les gouvernements et les entreprises locales que les groupes communautaires et les citoyens. Unissons nos efforts pour faire de la lutte contre le gaspillage alimentaire une norme sociale d'un océan à l'autre!

Communiquez par courriel à
info@lovefoodhatewaste.ca

Visitez notre site Web et suivez-nous sur les médias sociaux :

jaimemangerpasgaspiller.ca



@LoveFoodHateWaste



@LFHW_CA



@LFHW_CA

Remerciements

La campagne *J'aime manger pas gaspiller Canada* est rendue possible grâce aux contributions de nos partenaires qui travaillent directement avec nous pour accroître notre portée et notre impact. Nous les remercions pour leur leadership et leur soutien. Nous souhaitons également à remercier tout particulièrement RECYC-QUEBEC d'avoir aidé à l'adaptation et à la livraison de *J'aime manger pas gaspiller Canada*, de même que l'équipe de design et de multimédia de Metro Vancouver, qui a donné vie à la version en ligne de *J'aime manger pas gaspiller Canada* année après année.

