

Too good To Go part à la conquête des écoles

Éduquer les enfants au gaspillage pour former une génération de citoyens engagés dans la protection de la planète. C'est le pari de Too Good To Go, qui lance "Mon école anti gaspi" , un kit pédagogique destiné aux enseignants et aux professionnels de l'animation périscolaire. Maddyness a rencontré Lucie Basch, sa fondatrice.

20 mai 2022

Pourquoi viser les écoles ?

Lucie Basch : Too Good To Go a commencé il y a 6 ans avec une application mobile permettant à chacun d'agir de manière très simple dans la réduction du gaspillage alimentaire, en récupérant un panier surprise pour sauver des produits destinés à la poubelle. Aujourd'hui, l'application est disponible dans 17 pays, 15 en Europe, plus les États-Unis et le Canada. On a 55 millions de consommateurs, 150 000 commerçants qui jouent le jeu avec nous et on sauve plus de 250 000 repas par jour. Mais malheureusement, dans le monde, 50 000 kilos de nourriture sont jetés chaque seconde. Donc 250 000 repas sauvés par jour, c'est une goutte d'eau dans l'océan.

Dans l'idée d'être fidèle à notre mission d'une planète sans gaspillage alimentaire, où toute nourriture produite est consommée, on s'est dit que l'application n'allait pas suffire. C'est bien de mener une action concrète, mais on a besoin d'aller beaucoup plus loin et d'emmener toute la société dans un changement de mentalité vis-à-vis du gaspillage. Donc, on a monté pas mal d'initiatives pour embarquer les consommateurs, les entreprises, les politiques et les écoles dans une démarche plus saine vis-à-vis de l'alimentation.

Votre ambition, c'est de devenir un ambassadeur de la préservation de la planète ?

Oui, complètement. D'ailleurs, c'est comme ça qu'on décrit notre application, on veut être leader dans la réduction du gaspillage de l'alimentation. L'école, c'est le dernier pilier qu'on attaque pour avoir un impact tangible sur tout le spectre de la société, avec toute humilité, d'ailleurs, car on sait que c'est compliqué. La consécration de notre engagement, c'est ce premier programme anti-gaspi.

Comment cela fonctionne-t-il sur le terrain ?

On a mené une phase pilote cette année avec une dizaine d'écoles de toutes sortes. Notre but est d'offrir un kit pédagogique complet avec différents outils : jeux de société, fiches, vidéos, etc. Après 8 mois de tests qui ont permis de déployer le kit auprès de 100 élèves, il a été validé

(et très apprécié !) par les enseignants, mais aussi et surtout par le Ministère de l'Éducation nationale.

Nous allons donc pouvoir le lancer de manière plus large en vue de la rentrée 2022 pour que le maximum de professionnels puissent utiliser nos ressources. On voudrait le déployer dans plusieurs milliers d'écoles, grâce aux enseignants qui s'inscrivent gratuitement sur le site.

Les enfants sont-ils porteurs du changement de notre société vis-a-vis de l'environnement ?

On ne peut pas changer une société sans s'attaquer à l'école. Il y a un vrai besoin de s'intéresser aux enfants dès le plus jeune âge sur le sujet crucial de l'alimentation. À travers eux, on touche tout le monde et bien sûr les adultes. Nous avons eu beaucoup de témoignages de parents qui nous remerciaient pour ces recommandations qu'ils avaient oubliées. C'est génial, car on convainc les parents et on forme la génération de demain.



À lire aussi

Pourquoi Too Good To Go a lancé sa première campagne TV

Quels sont les enjeux de Too Good To Go dans les années à venir sur ce versant de leadership anti-gaspi ?

Cela fait un moment qu'on a évolué vers ce projet. Nous l'avons fait dès nous avons senti l'attraction du côté entreprises et citoyens. On s'est dit qu'on avait la possibilité et la responsabilité d'aller plus loin et de proposer plus qu'une simple application. Et aujourd'hui on ne se définit pas comme une application mobile, mais comme un mouvement qui a vocation à embarquer tout le monde dans la réduction du gaspillage.

Est-ce que vous allez dupliquer ce projet auprès d'écoles populaires, d'associations ?

Oui, l'idée, c'est d'embarquer tout l'écosystème. On a mis plus d'un an et demi à réaliser tous

ces supports, c'était un énorme travail. On ne veut vraiment pas faire du green washing et passer à un autre programme sans se soucier de ce que devient celui-ci. L'objectif, c'est d'aider les professeurs à se l'approprier et le déployer partout. Mais on souhaite aller encore plus loin.

On travaille aussi beaucoup avec les banques alimentaires, notamment pour les invendus. On a envie de travailler avec tout le monde et d'être fédérateur, quel que soit le type de structure, pour faire avancer la cause, la voir se développer et la mettre en valeur. Chez nous, on se dit toujours "*collaboration is the new competition*". Quand on défend une cause, on a tout intérêt à travailler main dans la main et surtout pas l'un contre l'autre. Notre unique concurrence, c'est la poubelle !

Quels sont les retours des enseignants et des élèves sur ce kit ?

On est allés filmer dans les écoles, c'est touchant, car les enfants comprennent tellement bien les choses. On s'est aussi rendu compte que ça soulageait beaucoup les enseignants, qui doivent gérer seul la création de contenus de ce type. Notre objectif est de leur mâcher le travail pour qu'ils n'y passent pas leur week-end et qu'ils puissent facilement parler de ces sujets qui comptent à leurs élèves.

Mais je trouve dommage que les programmes scolaires n'évoluent pas assez vite... On ne parle toujours pas de l'impact de l'homme sur le changement climatique, de l'importance de sensibiliser à l'alimentation et au gaspillage alimentaire, de développement personnel... c'est archaïque. Il faut aller plus vite, et je crois que l'entreprise est le véhicule d'impact le plus efficace pour ce changement de paradigme. L'entreprise de demain est celle qui fait changer la société positivement et qui s'appuie sur un modèle économique pertinent pour le faire, de la manière la plus efficace possible. On peut plus attendre de l'État qu'il pilote ce changement, au stade où nous en sommes.

Comment gérez-vous l'éco-anxiété ?

Ce n'est pas facile. On est confrontés à ça au quotidien, en tant qu'employeur et dès lors qu'on s'intéresse à ce sujet. C'est dur de rester positif, mais on essaie de mettre en place des rituels qui nous permettent de pas se laisser immobiliser par l'ampleur de la problématique et de se sentir mieux. Par exemple, on commence notre réunion le lundi matin par une "*green story*", lors de laquelle chaque employé prend la parole pour partager une info positive qu'il a vu passer.

Au lieu de se morfondre, au lieu de se dire "*Oh la la, le monde s'écroule*", on commence par des nouvelles qui font du bien ! Finalement, c'est d'ailleurs une réalité : on n'a jamais vu aussi vite les choses bouger dans le monde et c'est vraiment dynamisant. Je crois que l'être humain a un instinct de survie très puissant et je sens que les choses s'accélèrent. Je reste persuadée qu'on va s'en sortir, car on ne va pas laisser mourir notre propre habitat. Au bout d'un moment, il y aura forcément des transitions drastiques.