



שפעוֹבֵר

תיקון מזווה קהילתי

ניבה רייס

053-6276665

nanabony@gmail.com

ענבל אלעד

052-3698920

Le.inbal@gmail.com



הבעיות

1. מודעות וידע בנושא של תאריכי תפוגת מצרכים
2. זריקת מוצרים לפח עקב אגירה עודפת במזווה
3. קניית עודפים בשל מבצעי 1+1
4. משני: חוסרים מיידים דחופים במזווה הביתי





הפתרון

- שיתוף ידע בנושא תאריכי תפוגה
 - שיתוף מצרכים בתוך קהילה מקומית
- באמצעות קבוצת ווטסאפ ייעודית**

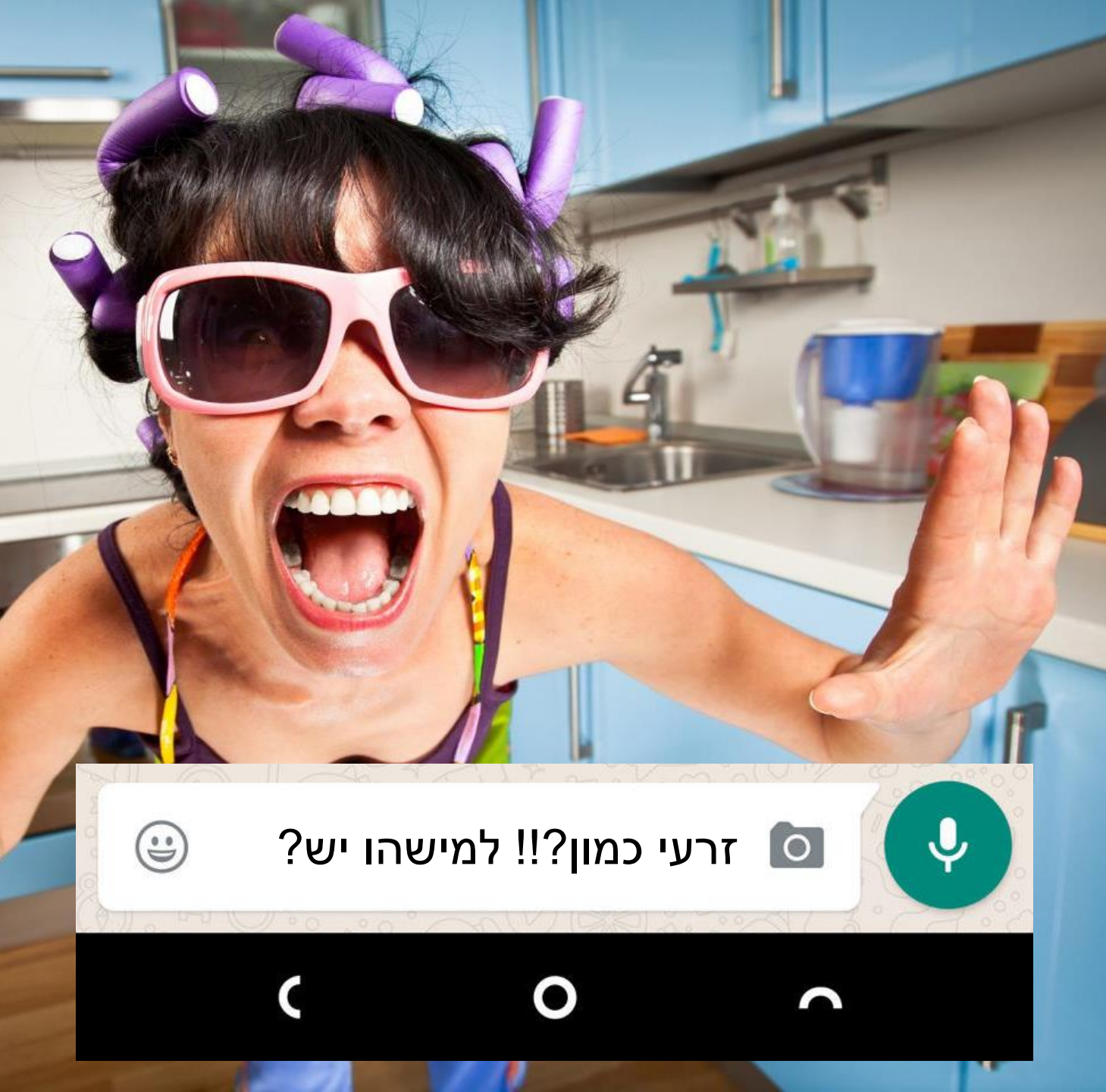
למשל:

שפעוֹבֵר רחוב ויטק

הפצת הידע



- פלייר דיגיטלי יעלה בדיון הקבוצתי הראשון: נציע לחברי הקבוצה לגזור, לשמור, לשתף
- ידע נוסף ושיתוף של מנהלי קבוצות: **בדף פייסבוק** "שפעובר" למנהלי קבוצות



הקסם שבשיתוף

- שותפות קהילתית במצרכי מזווה
- לתת במקום לזרוק
- חיזוק קשרים בקהילה הקרובה
- קנייה משותפת של 1+1
- עזרה הדדית בבישול

אמיל"י – אני מה יוצא לי?



- כיף לי לתת למי שצריך / רוצה
- כיף לי להיות בקשר עם אנשים בקהילה – דרך שיחה על אוכל
- השיתוף ממריץ אותי לעקוב מקרוב אחרי תאריכי תוקף ומשמעותם
- כיף לי לדעת שלא זרקתי לפח = שמרתי על הסביבה
- עוזרים לי להשלים חוסרים במקרים דחופים – יש לי תמיד גיבוי
- חולקים טיפים לבישול

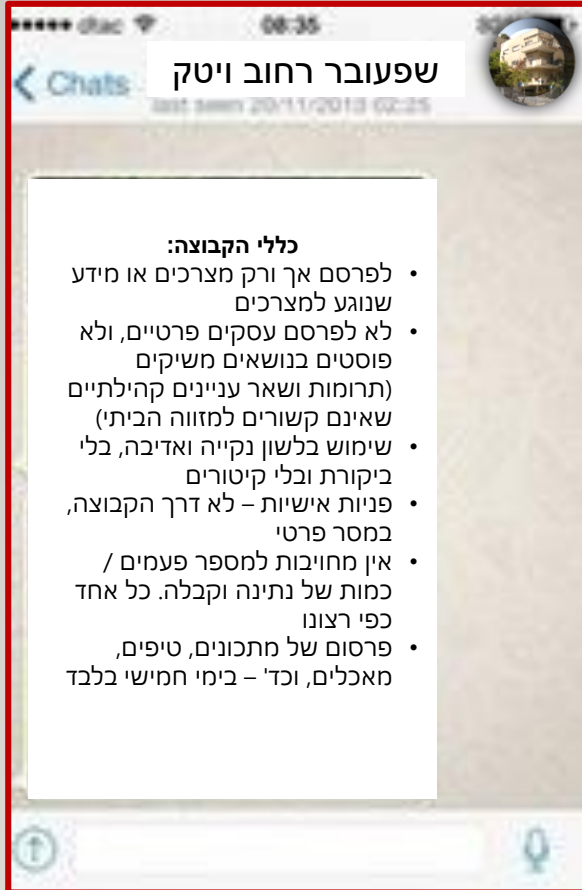


קבוצת שפעוֹבֵר איך זה עובד

חברים: כמה עשרות/כמה מאות
(לפי הצלחת פיילוט)

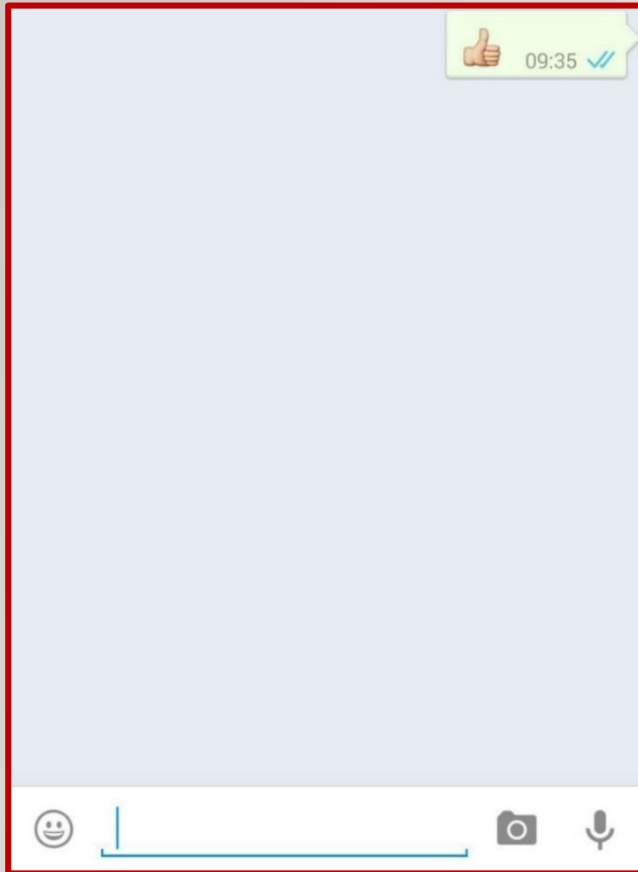
תפקיד מנהל/ת הקבוצה: לקחת אחריות
על עמידת החברים בכללים הקבוצתיים
וצירוף חברים חדשים

כללי הקבוצה: איך לייצר שיח פרודוקטיבי ואטרקטיבי



1. לפרסם אך ורק מצרכים או מידע שנוגע למצרכים
2. לא לפרסם עסקים פרטיים, ולא פוסטים בנושאים משיקים (תרומות ושאר עניינים קהילתיים שאינם קשורים למזווה)
3. שימוש בלשון נקייה ואדיבה, בלי ביקורת ובלי קיטורים
4. פניות אישיות – לא דרך הקבוצה, רק במסר פרטי
5. אין מחויבות למספר פעמים / כמות של נתינה וקבלה. כל אחד כפי רצונו

בעיות אפשריות



1. שלא יצטרפו מספיק חברים
2. שלא תהיה פעילות בקבוצה
3. אנשים רבים יציעו מצרכים, אך מעטים ייקחו
4. שהקבוצה תייצר הרבה רעש ומעט תועלת
5. מסירת אוכל מקולקל, שבאמת פג תוקפו
6. היווצרות תחושת "מגיע לי" – חברים שלא מחויבים בצורה אמיתית לשיתוף



צמיחת הפרויקט

- קבוצות קהילתיות מקומיות: מרחק 5 דקות הליכה
- חזון הפרויקט: קבוצה אחת לפחות בכל רחוב עירוני
- יוצרו קהילות מקומיות חזקות, של תמיכה הדדית
- ברגע שיהיו מספיק קבוצות, כך שירגיש כמו תנועה, לבצע קמפיין כלל ארצי במדיה חברתית שיקדם את הנושאים – בזבוז מזון, שמירת הסיבה, שיתוף קהילתי לכל אזרחי ישראל
- קמפיין גלובלי