



Bilan 2022 et perspectives 2023

Webinaire du 22 mars 2022





A PROPOS DE VEGANUARY



Veganuary est une opportunité pour permettre à des milliers de personnes de s'interroger sur leur consommation de produits d'origine animale.

Depuis son démarrage au Royaume-Uni en 2014, le Veganuary a conquis :

- plus d'1 million de personnes
- dans 200 pays

pour essayer l'alimentation vegan durant le mois de janvier et au-delà.

Le coeur de cette campagne est un challenge de 31 jours : recettes, plans de menus, informations nutritionnelles et conseils sont envoyés chaque jour aux participants par email pour les encourager dans cette démarche.

Des centaines d'entreprises du monde entier se mobilisent pour faciliter la réussite du challenge en proposant un large choix de produits vegan en magasin, des promotions, des menus gourmands en restaurant, etc.



Le partenariat VEGANUARY





L'union fait la force!

L214 a pérennisé son partenariat avec Veganuary pour diffuser la campagne en 2022 en France.

De par son côté **positif et inclusif**, elle correspond aux actions déjà menées par L214 sur la végétalisation de l'alimentation avec **le pôle Food**.







L214 a ainsi pour rôle de **développer le challenge** en France et de **mobiliser** les entreprises pour faciliter l'accès à l'offre vegan au plus grand nombre.



Le programme du webinaire

En 4 parties :

- ★ Bilan du Challenge dans le monde et en France
- ★ Satisfaction des participants au challenge
- ★ Bilan de la participation des entreprises en France
- ★ Perspectives pour 2023







Partie 1

Bilan du Challenge

En France et dans le monde



Veganuary 2022 en quelques chiffres au niveau mondial



Plus de 629 000
PERSONNES du monde
entier inscrites au
challenge







Le hashtag Veganuary a comptabilisé plus de **550 MILLIONS** de vues sur tik tok à fin janvier 2022

Plus de <mark>800</mark> **NOUVEAUX PRODUITS** ont été lancés pour le Veganuary 2022

740 NOUVEAUX
MENUS VEGAN ont été
ajoutés dans les chaînes
de restaurants

Plus de 100 GRANDES ENTREPRISES ont participé au Workplace challenge (entre collèques)

Plus de 4 351 RETOURS MÉDIA ont été publiés au sujet du Veganuary





Veganuary 2022 en quelques chiffres en France



Plus de **250 000 PERSONNES** ont lu la lettre d'information Veganuary envoyée par 1 214 +120%

de 11 000 publications Veganuary sur Facebook



Plus de 555 800 personnes atteintes par des publications Veganuary L214 sur Facebook à fin janvier



Plus de 130 retours média ont été publiés sur le Veganuary en France







Zoom sur les retours dans les médias





138 retombées médiatiques !

- Articles dans la presse nationale, locale, professionnelle
- Chroniques et interviews radios
- Passages télévisés











Les communications déployées par L214



Campagne d'affichage Paris-centre du 5 au 12 janvier 2022 340 panneaux



2 pleines pages dans Le Parisien mercredi 05/01/2022 et vendredi 07/01/2022 + encarts sur la version web du Parisien

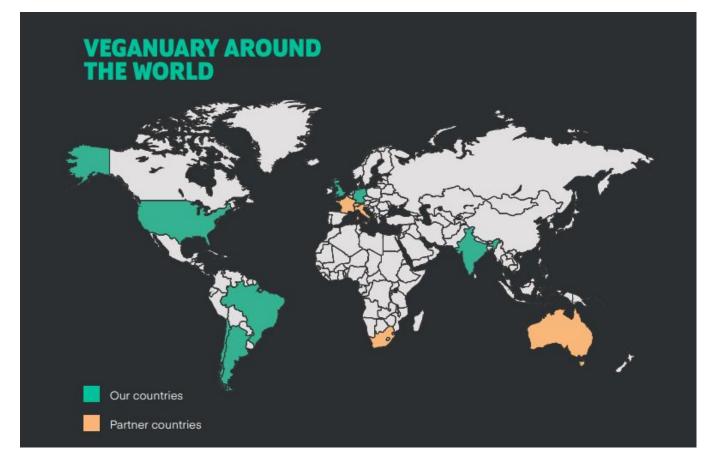
VEGAN



Encarts web dans Les Echos



Veganuary 2022 dans le monde



Les partenaires internationaux





























Veganuary 2022: ambassadeurs et influenceurs



L.A. LAKER, DEANDRE JORDAN:

"What you put in your body has a huge impact on your overall wellbeing. Luckily, eating plant-based is much simpler than people think. Find out for yourself this January."



JOANNA LUMLEY, ACTOR:

"Veganuary's mission is to make the world a kinder, safer, happier place for all, which makes their January campaign utterly irresistible. I'm in awe of every single person taking part for the climate, our rivers and oceans, forests and wild places, animals and people. You're all ancels."



SOUNDARYA SHARMA, BOLLYWOOD ACTOR:

"Veganuary's 31-day pledge helps you make a smooth transition to a plant-based diet for your health, for the animals and for the planet. I feel very proud and very privileged to have been with Veganuary from its official launch in India and I'm hopeful we will make healthy vegan lifestyle even more popular in our country."



DR ECKART VON HIRSCHHAUSEN (PHYSICIAN, COMEDIAN AND FOUNDER OF THE GERMAN FOUNDATION GESUNDE ERDE – GESUNDE MENSCHEN):

"Being a doctor and a fan of the 'planetary health diet,' I know we could prevent 150,000 deaths in Germany every year just by adopting a plant-based diet. So, eating less meat is a real sacrifice – but only in terms of sacrificing my risk for heart attacks and strokes. That's something everyone can happily do without right?

Excessive meat consumption not only makes us sick, it also destroys our environment and our climate. My team at the foundation Gesunde Erde - Gesunde Menschen (Healthy Earth - Healthy People') and I are happy to participate in Veganuary. Because if you ask yourself "What can I do to protect the climate?" then eating less meat is a pretty good start."















Partie 2

Satisfaction des participants

Dans le monde

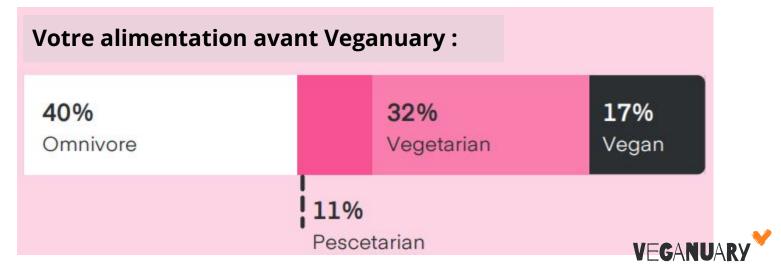




Le questionnaire aux participants

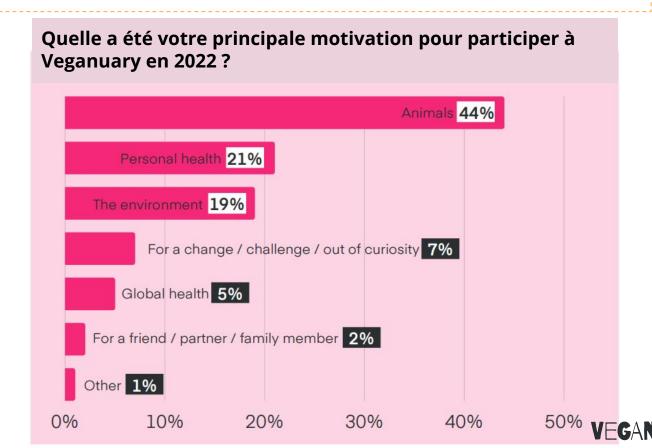
- Enquête réalisée à l'issue du mois de janvier 2022 par Veganuary
- Envoyée à 87 % des participants au challenge
- Taux de réponse : 6%, soit 32 522 réponses !





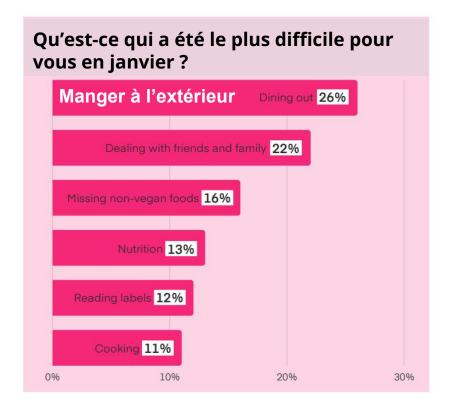


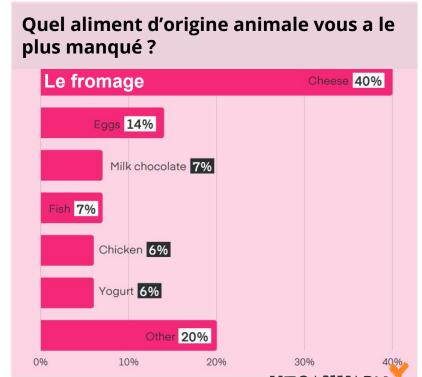
Les motivations





Les difficultés rencontrées

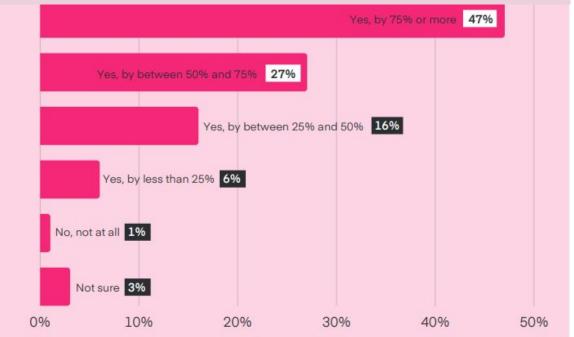






Et après ?







Les participants qui poursuivent l'aventure



* Sur les 47 % répondants précédemment





Recommandation

Recommanderiez-vous Veganuary à un proche ou à un membre de votre famille ?

98% YES!











Partie 3

Participation des entreprises en France





85 entreprises participantes en 2022! (contre 30 en 2021)









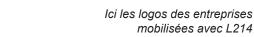




















































































































































L'enquête de satisfaction

L'édition 2022 de Veganuary a vu le nombre d'entreprises participantes plus que doubler par rapport à l'année précédente.

Au total, **85** entreprises ont participé en France, dont **80** qui ont bénéficié de l'appui de L214.

L'enquête de satisfaction a ainsi été proposée au 80 entreprises accompagnées par l'équipe Food début février 2022.

34 entreprises ont répondu, soit un taux de participation de 43%.

Nous vous proposons de découvrir les résultats dans les slides suivantes.





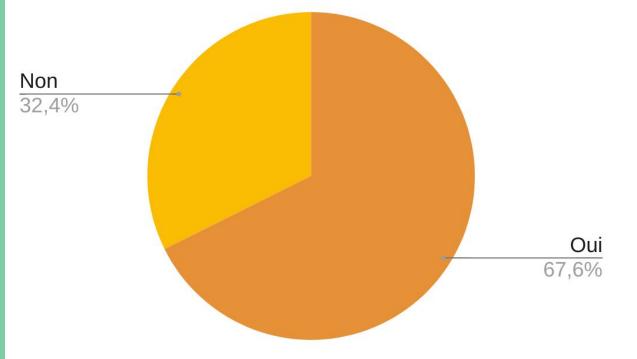
Retour sur votre participation





L'enquête de satisfaction - Entreprises

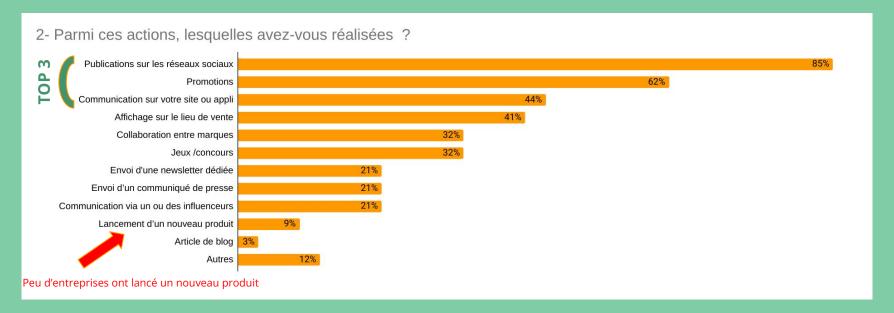




11
entreprises
répondantes
avaient déjà
participé à
Veganuary en
2021.



L'enquête de satisfaction - Entreprises



En moyenne, chaque entreprise a réalisé entre 3 et 4 actions différentes.

Les autres actions menées :

- Relai du lien d'inscription au Veganuary via notre bio Instagram
- Présentation orale (lors d'une activité)
- Communication dans les sacs (flyers) et stickers sur les boîtes, pour la vente à emporter
- Ateliers



Vos actions Les lancements de menu







Commenter

π்ற J'aime

Partager L214

Vos actions Les lancements de produits







En 2022, nous vous souhaitons beaucoup de moments de joie et de partage, de rêves et de projets passionnés. Que cette année soit joyeuse, gourmande et festive!

Retour sur les temps forts qui ont rythmé notre année 2021 :

15 nouveaux talents ont rejoint l'aventure

Nous sommes partis à la conquête de l'Espagne, de l'Italie et de

O Nous avons adoré vous rencontrer lors de salons en France et

Vos chouchous Jeanne & Joséphine sont arrivés en format vrac dans les magasins @biocoop_officiel

Motre Jil a troqué son look tout rond pour privilégier le format

Nous avons lancé notre petit dernier : le Joy Râpé

🌱 Notre crèmerie s'est refait une beauté Notre Box Montagnarde & notre Box de Noël ont comblé les plus gourmands

En 2022, on yous promet de belles surprises.

De nouvelles spécialités vont venir agrandir la gamme (on travaille déjà dessus (V), notre crèmerie proposera très prochainement des repas chauds pour vous restaurer le midi, et nous allons continuer de vous régaler avec des recettes gourmandes et réconfortantes.

À très vite. Eric & Mary

#JayandJoy #HappyNewYear #Hello2022





Vos actions Les études



COMMENT LA CONSOMMATION VEGAN DES FRANÇAIS A-T-ELLE ÉVOLUÉ ?

DELIVEROO FAIT LE POINT DE CETTE DERNIÈRE ANNÉE



LANCE PAR UNE ONG ANGLAISE EN 2014, LE « VEGANUARY » A FAIT SON

Cette initiative a en effet pour but de faire réfléchir les participants sur leur consommation de produits d'origine animale en s'essayan au véganisme. Pour sa troisième édition, Deliveroo fatt à nouveau le point sur l'évolution de la consommation des Français, en partenariat avec l'institut Yougov.



MANGER VEGAN : L'OFFRE ET LA DEMANDE EN HAUSSE CONSIDÉRABLE !

Nombreux sont les Français qui veulent tester le véganisme et cela se ressent même sur Deliveroo,

Le véganisme et la livraison de repas sur Deliveroo en 2021



21%

augmentation du nombre de restaurants vegans disponibles sur la plateforme



809

augmentation des commandes de plats vegans sur l'application

Quelles sont les villes ayant commandé le plus de plats vegans sur Deliveroo ?*

"relatif au nombre de commandes total dans la vi



deliveroo

IANVIER 2022

1er STRASBOUR



AIX-FN-PROVENCE



3e LYON

Quelles sont les villes dans lesquelles l'offre vegan est la plus développée sur Deliveroo ?





2e AIX-EN-PROVENCE 11% de l'offre restaurant propose des



3e MONTPELLIER 8% de l'offre restaurant propose # » Etudes et Statistiques

A l'occasion de Veganuary, Deliveroo fait le point sur la consommation des Français

03/02/2022

Etudes et Statistiques



@ Delivero

À l'occasion de la deuxième édition de <u>Veganuary</u>, Deliveroo fait à nouveau le point sur l'évolution de la consommation des Français, en partenariat avec l'Institut Yougov. Le premier constat de cette étude est que l'offre de produits végétaliens, tout comme la demande, sont en hausse et cela se ressent dans les données de <u>Deliveroo</u>.



Vos actions Les études



1 Français sur 2 souhaite réduire sa consommation de viande en 2022

En France, les régimes alimentaires qui limitent le consommation de viande ont le vent en poupe. 21% des Français déclarent suivre un régime alimentaire spécifique (flexibrier), pescétarien, végétatien ou végétalien).

Les régimes alimentaires qui ont su convaincre ou intéresser les Français ?





Alters que plus de 2/5 des Français sont intéressée ou suivent déjà un régime Sexitation, près de 2 Français sur 10 cm auuté les pas (ou enuhalises le térin) d'une



Plus d'1 jeune sur 4 (18-24 ans) est intéressé par le régime végan !

Ellen que 56% des femmes déclarent vouloir néclure leur consommation de viande (vs. 44% des hommes), le véganisme sédi davantage les hommes que les femmes ! Un négime qui a conquis le quotidien de 3% des Français.

Qui sont les végans et les aficionados en France ?



1 français sur 10 est intéressé par le véganisme après la recommandation d'un proche !

Vors que les Français pensent que le régime végan est un bon moyen de perdre du poids, ou encore de contribuer à la protection de l danèles, qu'est-ce qui motiverir les végans disse leurs chois ?

TOP 3 des raisons de devenir végan... l'avis des végans et aficionados





Flexitarien, végétarien, végan : plus d'1 Français sur 5 suit un régime alimentaire spécifique

21 Janvier 2022 - 2039 vue(s)



À l'occasion de Veganuary, la campagne d'incitation à tester une alimentation végane en ce mois de janvier, l'IFOP et Just Eat dévoilent une étude qui fait la lumière sur l'évolution des régimes alimentaires en France et la place du véganisme. Qui sont les aficionados de ce régime et pourquoi le suivent-ils ?



Vos actions Les communiqués de presse



CAMPAGNE VEGENUARY:

Not So Dark s'engage aux côtés de L214

Paris, le 4 janvier 2022 - Not So Dark, startup française spécialisée dans la licence de marques virtuelles pour la restauration, entreprend ses bonnes résolutions 2022 en participant à la nouvelle campagne Veganuary aux côtés de l'association L214. La campagne Veganuary sensibilise au bien-être animal et encourage à découvrir un nouveau mode de consommation 100% végétal pendant le mois de janvier.



Uber Eats | VEGANDARY

Veganuary 2022 : Uber Eats met à l'honneur près de 600 restaurants vegan

Mise au vert?



Paris, le 10 janvier 2022 - Uber Eats soutient le déf Veganuary ! Cette initiative lancée en 2014 par l'ONG anglaise Veganuary (contraction de vegan et January) mise sur le mois des bonnes résolutions pour inviter le grand public à faire évoluer son alimentation. Après avoir dépassé les 580 000 inscrits dans plus de 200 pays en janvier 2021, le concept est de retour en 2022, porté en France par l'association L214. Le déf consiste à manger vegan* et encourager une alimentation végétale pendant tout le mois de janvier, une manière de réduire son impact sur l'environnement tout en prenant soin de sa santé.

Pour aider ceux qui se lancent dans ce déf mais aussi pour encourager le grand public à relever le déf, Über Eats promeut les restaurants qui proposent des alternatives vegan. Près de 600 restaurants dans toute la France participent à cette nouvelle édition de Veganuary et Über Eats s'engage à les mettre en avant sur l'application, avec une bannière spéciale pour mieux faire connaître ces établissements auprès des clients.

De nombreux types de cuisines diférents sont à retrouver parmi les restaurants concernés sur Uber Eats, comme les bowls et pâtisseries de Wild & The Moon, les burgers de Vegedal, Burger Theory et Hank Vegan Burger, les tacos de VTacos, les spécialités japonaises de Mori Café et Neko Ramen ou encore les plats mexicains de Bocamexa.

Par ailleurs, tout au long de l'année, l'application Uber Eats s'eforce de consolider son ofre de restaurants vegan. Ainsi, en 2021, on comptabilise sur l'application plus de 2 500 restaurants qui proposent au moins un plat vegan, soit un chifre multiplié par 40 par rapport à 2020. En 2021. le nombre de commandes de plats vegan sur l'application est quant à lui 3 fois plus élevé qu'en 2020, et a même été multiplié par 14 depuis 2016. Les plats vegan les plus populaires chez les Français en 2021 ont majoritairement été les desserts, et notamment le pudding et les glaces ; du côté du salé, ce sont les nuggets vegan qui se hissent sur la plus haute marche du podium. En comparaison avec 2020, côté sucré le pudding était déjà plébiscité, mais pour les plats c'était les poke bowls qui avaient le plus la cote. Les paris sont lancés pour savoir qui va être sur le devant de la scène vegan en 2022!

Pour en savoir plus sur Veganuary, rendez-vous sur le site veganuary.com/L214.

Violife appelle les consommateurs à "changer de fromage pour changer notre planète" à l'occasion de Veganuary

23/12/2021

Marketing et médias



@ Violife

Violife, la première marque de fromage végétalien du Royaume-Uni, a lancé une campagne encourageant les consommateurs à "Changer de fromage pour changer notre planète". La campagne débutera le 1er janvier pour coïncider avec Veganuary.



Vos actions Les com' sur les lieux de vente















Vos actions Les offres promotionnelles











Vos actions Les recettes



C'est lundi, on vous parle du Veganuary

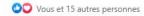
Aujourd'hui on vous présente des recettes véganes élaborées par nos partenaires restaurateurs, spécialement pour ce mois de Janvier 🌿

On commence avec une recette de ramen parfaite pour se réchauffer l'hiver, elle est signée Tori ya : le Veggie Chintan U... Voir plus









3 commentaires 1 partage





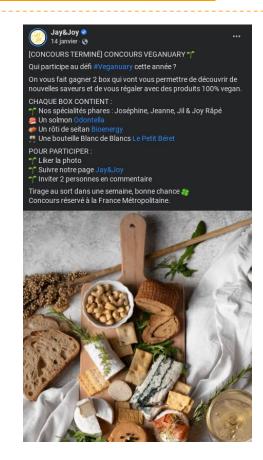








Vos actions Les concours









Vos actions Les collaborations entre marques







III Une belle animation au Carrefour Paris Auteuil ce week-end! Une collaboration HARI&CO x Bel pour mettre en avant l'alimentation végétale dans le cadre du #Veganuary 4. C'est l'occasion de profiter d'une belle promo : -60% sur le 2e produit acheté 😂 .

Bravo Clairmonde Olphe-Galliard pour ce bel arc-en-ciel de couleurs 6.

Carrefour Veganuary L214



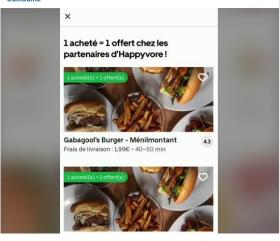




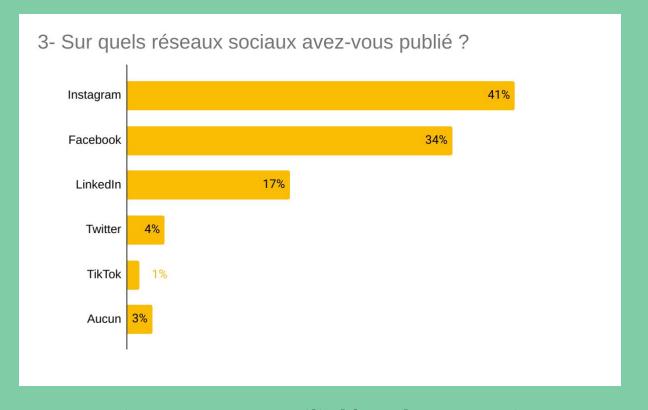


Pour #Veganuary, c'est 1 plat acheté = 1 offert dans nos restaurants partenaires (qu'on adore) sur Uber eats

Bravo Solenn Chloé Florian Guillaume



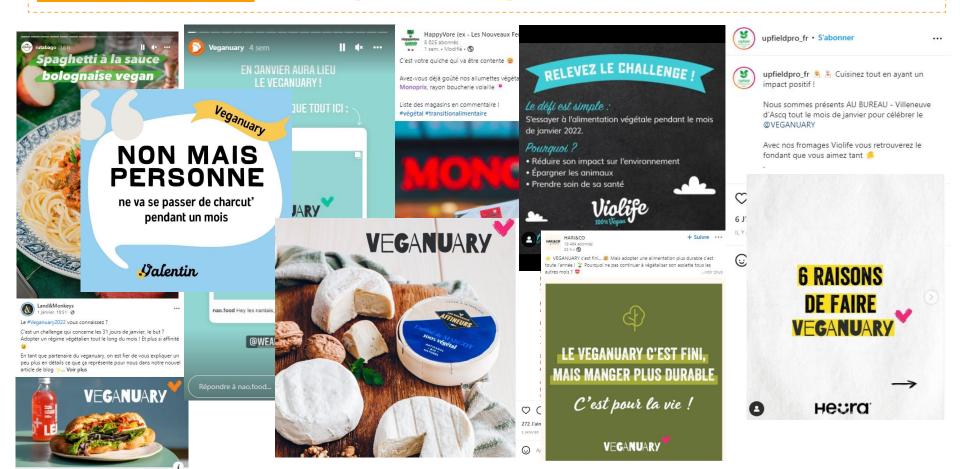
L'enquête de satisfaction - Entreprises



32 entreprises sur 34 ont utilisé les réseaux sociaux (94%). En moyenne, elles ont publié sur 2 réseaux différents.



Vos actions Tout plein de publications!



4- Selon vous, parmi vos communications, laquelle a été la plus efficace? (tous types de communications confondues)

1



Cité **14** fois directement - communauté la plus engagée et intéressée par le sujet. Les publications prennent différentes formes : partage de produits, mise en avant de recettes, concours, contenu créé par des influenceurs...

2



Collaboration entre marques

Cité **4** fois - le plus souvent sous forme de concours pour faire gagner des "paniers" de produits.

Ex aequo



Communication en magasin

Cité **4** fois - l'échange direct avec les clients.

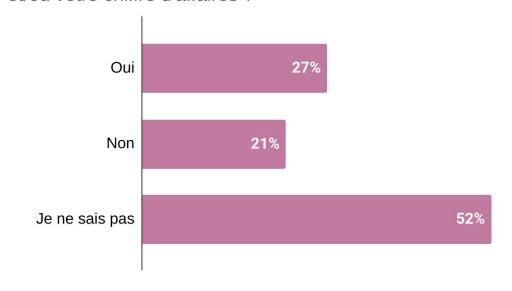
3

Newsletters

Cité **3** fois - avec de bons taux d'ouverture.



5 - Avez-vous pu observer un impact positif sur votre clientèle et/ou votre chiffre d'affaires ?



Pour la majorité des entreprises, il est **difficile d'évaluer** l'impact concret de la campagne.

Pour 4 d'entre elles, il était **encore trop tôt** en février (chiffres non encore disponibles au moment de l'enquête).

"Nos clients ont été très contents. Les restaurants avec lesquels nous travaillons ont réalisé beaucoup de recettes véganes et ça a bien plu."

"Pas encore les chiffres"

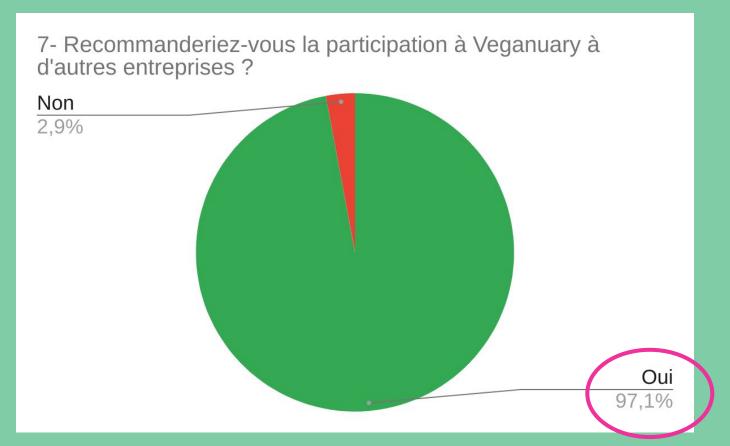
"Pas vraiment sur le chiffre d'affaires mais beaucoup de retours et de clients qui ont joué le jeu, passer le cap pour une alimentation vegan au quotidien."

> "Un intérêt accru de nos clients a été constaté sur la période de l'opération promotionnelle."

"Aucune _différence"_

"Je pense que nous avons pu aider certains clients végé/flex à mieux découvrir le véganisme pendant ce mois, car nous avons concentré nos communications sur des restaurants vegan. Mais difficile de connaître l'impact réel."





1 seule entreprise ne recommanderait pas Veganuary car la campagne n'a eu aucune incidence sur ses ventes.





Retour sur l'accompagnement de L214

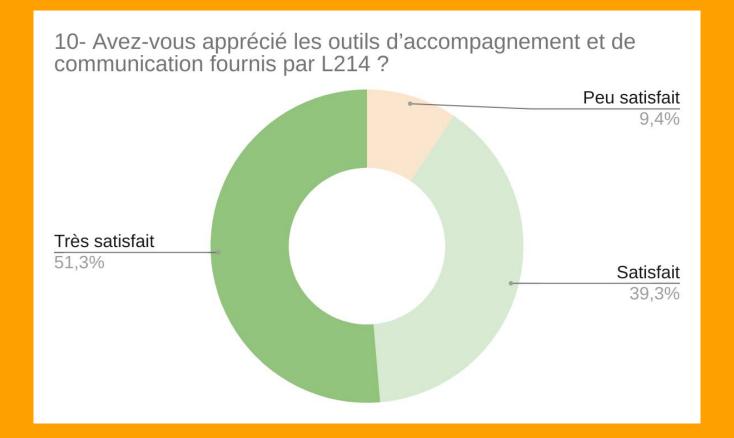


9- Comment évaluez-vous globalement l'accompagnement fourni par L214 pour cette campagne ?

4,5/5







90,6% de satisfaits!



Les outils développés par L214 pour les entreprises



Le dossier marketing :

- -Guide récap
- -Logos
- -Typographie



Les stops rayons : 4 500 exemplaires



Les autocollants : 8 300 exemplaires





La visibilité des enseignes participantes sur nos sites web







ENSEIGNES DE DISTRIBUTION PARTICIPANTES ET LEURS OFFRES





KAZIDOMI MONOPRIX



dick&collect avec le code

vegami

JANVIER VEGAN : RELEVEZ LE DÉFI AVEC VEGANUARY!

Veganuary, contraction de « vegan » et « ignuary », c'est un déf mondial qui a déjà accompagné plus d'un million de personnes à Royaume-Uni, ce challenge est relavé depuis 2021 par L214



En vous inscrivant gratuitement sur le site veganuary com/L 254 avec votre adresse email, vous recevrez quotidiennement et pendant 31 jours des recettes vegan, des idées de menus faciles à réaliser, des astuces pratiques et des conseils nutritionnels pour







terrestres sont tués chaque lour pour notre

dont vous épargnez la souffrance dont vous éviterez le déboisement.

produits d'origine animale est l'écogeste le de développer un diabète de type 2, une plus efficace pour lutter contre le changement maladie cardiovasculaire ou un cancer colorectal. Vous participez également l'impact total atteignable par des gestes



Et plus nous sommes nombreux à nous lancer dans une alimentation végétale pendant 31 jours, plus l'impact sera considérable : alors

invitez vos amis à participer à un monde meilleur ! Bonus : vous pourrez vous entraider et échanger vos meilleures recettes

Pour vous aider dans cette démarche, des entreprises se sont engagées à nos côtés pour mettre en avant leurs produits vegan 70 à avoir répondu à notre appel. Découvrez les offres et réductions qu'ils proposent dans cette liste





























11- Quels outils, informations, documents, etc. vous ont mangué pendant la campagne?

Des suggestions intéressantes



"La capacité de réunion des différents acteurs quelques mois en amont pour kick off commun et créer des synergies."

"Pour l'année prochaine, il faudra recevoir un peu plus en avance les stops rayons pour une mise en rayon même avant le 1er janvier :)."

"Peut être un suivi des retombées dans la presse, au fur et à mesure. Le premier email avec la retombée dans Libération était très utile."

"L214 aurait dû bien plus relayer sur les entreprises participantes."

"Peut-être que L214 pourrait "négocier" des espaces de promotion avec les partenaires retail, plateforme de livraisons de repas, foodservice, etc et proposer certaines opportunités avec des marques pour leur donner plus de visibilité."

"Avec le recul, nous utiliserons les stop-rayons et nous ferons une remise chez nos grossiste l'année prochaine. Cette année le rush de la fin d'année ne nous a pas permis d'anticiper au mieux notre com' sur le Veganuary. Avec l'expérience nous ferrons mieux l'année prochaine."

"cela serait top d'avoir des vidéos à partager"

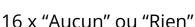
"Peut-être plus de communication croisés sur les réseaux. L'opportunité de partager du contenu en story et posts."

Des propositions ambitieuses 🚀

"Un passage tv"

"Une campagne radio"

Et des satisfaits 😇





85%

Des entreprises veulent déjà participer à Veganuary 2023

Et 15% ne savent pas encore!





Pourquoi?

"C'était un beau temps fort qui nous a permis de créer des synergies avec des marques affinitaires et de mettre plus en valeur le végétal auprès des flexitariens."

"On adore cette dynamique!:)"

"Pour promouvoir le végétal, car c'est ludique et indispensable!"

"Pour rencontrer de nouvelles marques, sortir du quotidien j'ai adoré la réunion tous ensemble et toutes les idées qui ont pu en découler !" "Cela été un appui pour référencer de nouveaux produits avec les magasins, car énormément de communications sur l'événement et les marques."

"Cela contribue à promouvoir les changements d'alimentation d'une manière fun et sympa."

"Parce que cela fait partie de notre ADN. Nous faisons tout pour aider à maximum de personnes à passer au véganisme."









Partie 4

Perspectives

pour la campagne 2023



En termes d'inscrits au challenge

La France dans le top 15 cette année, quel objectif pour 2023 ?

OUR TOP 15 COUNTRIES				
1.	USA			
2.	UK			
3.	India			
4.	Germany			
5.	Italy			
6.	Mexico			
7.	Argentina			
8.	Colombia			
9.	Chile			
10.	Brazil			
11.	Venezuela			
12.	France			
13.	Peru			
14.	Switzerland			
15.	South Africa			

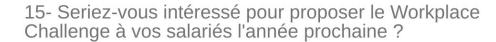


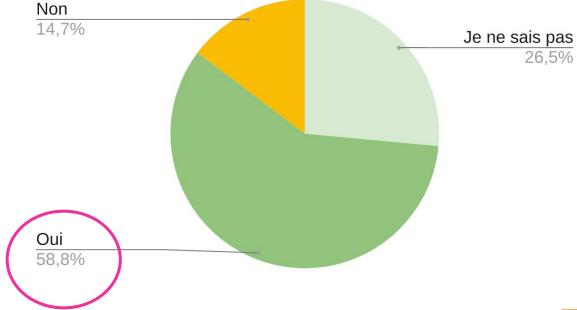
En termes d'inscrits au challenge

Une piste intéressante à creuser : le Workplace Challenge

A proposer aux entreprises agroalimentaires mobilisées

+ à tout type d'entreprise dans le cadre de leur démarche RSE







En termes d'entreprises participantes

Comparatif international

	France 🚺	Angleterre	États-Unis 🥌	Allemagne 🧮
Entreprises participantes	85	441	251	426
Nouveaux menus vegan	4	316	20	301
Nouveaux produits vegan	4	458	96	307

Une belle marge de progression possible en France!



Les prochaines étapes - côté Entreprises

- ★ L214 Food va continuer à animer le réseau des entreprises participantes
 - Planifier de nouveaux temps de rencontres groupées dans l'année
 - o Proposer des temps d'échanges individuels en fonction de vos besoins
 - Construire avec vous les nouveaux outils pour faciliter la participation



★ L214 Food va mobiliser de nouvelles entreprises

- Pour nous aider, nous vous invitons à en parler autour de vous!
- et à diffuser notre email dédié auprès de vos entreprises partenaires qui seraient intéressées :

veganuary@l214.com









Merci beaucoup!

N'hésitez pas si vous avez des questions

Et on garde contact : **veganuary@l214.com**



