

**VEGANUARY** 

---

# **BILAN 2025 ET PERSPECTIVES 2026**

**Réunion de restitution  
Vendredi 14 mars 2025**

# À PROPOS DU VEGANUARY

---

Veganuary est une campagne internationale créée au Royaume-Uni en **2014**.

**25,8 millions de personnes**  
**ont adopté l'alimentation vegan durant le mois de janvier 2025.**

**Le cœur 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.

**Des centaines d'entreprises du monde entier se mobilisent** pour faciliter la réussite du challenge : lancements de produits et de menus, promotions etc.



# À PROPOS DU VEGANUARY 2025

Une édition de tous les records en France :

- + **6%** d'inscrits par rapport à 2024 !
- + **27%** d'entreprises participantes par rapport à 2024 !
- +**51%** de retombées médias (*dont des gros médias télévisés*)

Particularité 2025 : pour la première fois, 3 municipalités françaises (Rouen, Grenoble et Vénissieux) ont participé de manière officielle à la campagne.



Grâce au défi Veganuary, explorez la cuisine végétale : commencez maintenant par choisir les produits vegan dans votre magasin !  
Participez au challenge sur [veganuary2025.fr](https://veganuary2025.fr)

# AU PROGRAMME



**Bilan du challenge dans le monde et en France**



**Bilan de la participation des entreprises en France**



**Retour sur l'enquête post Veganuary réalisée auprès des entreprises**



**Les perspectives pour Veganuary 2026**



# BILAN DU CHALLENGE

**VEGANUARY** 

---

**En France et dans le monde**

# VEGANUARY 2025

## Dans le Monde

Plus de  
**25,8 MILLIONS**  
de personnes ont  
participé dans le  
monde



**PLUS DE 12 000  
RETOURS MÉDIA**  
publiés au sujet du  
Veganuary



**PLUS DE 1 480  
NOUVEAUX PRODUITS  
ET MENUS VEGAN  
LANCES**

**1,35 MILLIONS  
DE PERSONNES**  
ont vu au moins  
un contenu  
Veganuary sur  
les réseaux  
sociaux



  
**12,8 MILLIONS  
D'EMAILS DE  
COACHING**  
ont été envoyés

**228 ENTREPRISES  
ET  
ORGANISATIONS**  
ont lancé le  
Workplace  
Challenge

# VEGANUARY 2025

En France



**PRES DE 250 000**  
**PERSONNES** ont lu la  
lettre d'information  
Veganuary envoyée  
par L214



**PLUS DE 250**  
**RETOURS MÉDIA**  
publiés au sujet  
du Veganuary



**5 WORKPLACE**  
**CHALLENGES**



**L'ACTION "CHASSE**  
**AU TRÉSOR"**  
**DANS 18 VILLES**  
**Et 25 autres**  
**animations locales**



**9 LANCEMENTS DE**  
**NOUVEAUX**  
**PLATS/MENUS**



**PLUS DE 400**  
**COMMUNICATIONS**  
d'entreprises  
dédiées au  
Veganuary



**237 ENTREPRISES**  
participantes

# LES COMMUNICATIONS DÉPLOYÉES PAR L214



# UN NOMBRE RECORD DE RETOMBÉES MÉDIA !



franceinfo:

Dans la famille des défis du mois de janvier, voici le Veganuary, qui consiste à ne pas manger vegan pendant un mois. Cette année 230 entreprises participent, dont plusieurs chaînes de supermarchés, qui y voient, de manière parfois très assumée, un moyen d'augmenter leurs bénéfices. Le Veganuary est apparu en France en 2021, importé du Royaume-Uni par l'association L214.



## Veganuary : relevez le défi avec des recettes gourmandes et 100 % végétales !

Par Cécile Descamps Publié le 07/01/2023 à 09:25

Mathieu Gleron et Anna Landl Ces activistes du bon vivre des défis de janvier ont à l'origine de la campagne «Veganuary», défi végétarien de janvier.



251 retombées média  
en 2025 contre 166 en  
2024 (+51%)

Dont plusieurs passages  
télévisés (France 5, Arte,  
BFM TV, France3)



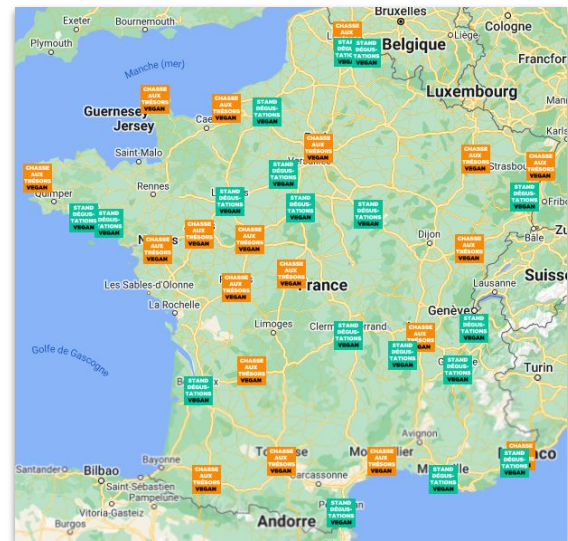
# UNE MOBILISATION RECORD DES BÉNÉVOLES !

Deux formats d'action étaient proposés :

💰 19 Chasses aux Trésors Vegan

😊 18 Stands de dégustation

→ 🌟 37 antennes ont organisé a minima une action  
Veganuary (vs 29 l'année dernière) !



Accueil > Environnement

Manger vegan pendant un mois ?  
L'opération Veganuary revient à Chartres,  
ce samedi 11 janvier, avec l'association L214

Pour sa 5e édition, le défi Veganuary revient à Chartres, ce samedi 11 janvier 2025. Les bénévoles de l'association L214 tiendront un stand, en centre-ville, afin de faire découvrir les saveurs de l'alimentation végétale au grand public.

Publié le 06 janvier 2025 à 12h01



Accueil > Economie

RetraitesRetrouvez-nous sur LinkedInCasino en crise

Lyon

Manger vegan pendant un mois : l'opération Veganuary revient en ville avec une chasse au trésor végétale

Pour sa 5<sup>e</sup> édition, l'association de défense des animaux L214 vient faire la promotion du Veganuary, ce samedi sur la place Jean-Macé (7<sup>e</sup>). Un défi consistant à consommer des produits végétaux pendant tout le mois de janvier. Dégustations et chasse au trésor pour découvrir l'offre végétale des commerces locaux seront au menu de cette opération.

Régis Barnes - 05 janv. 2025 à 19:00 | mis à jour le 06 janv. 2025 à 18:01 - Temps de lecture : 4 min



Accueil > Sciences > Animaux

Une chasse au trésor dans le centre de Nantes pour découvrir l'offre vegan

L'association L214 s'associe aux commerces et restaurants locaux pour valoriser l'alimentation végétale.

Presse Océan  
Presse Océan  
Publié le 06/01/2025 à 11h12

Abonnez-vous

LIRE PLUS TARD

PARTAGER

Newsletter La Matinale  
Chaque matin, l'actualité du

La chasse aux trésors vegan se déroulera le 11 janvier dans le centre de Nantes. | PHOTO L214

Normandie > Seine-Maritime

ROUEN: UN PLAT VEGAN SERVI DANS LES CANTINES SCOLAIRES LE 16 JANVIER DANS LE CADRE DU "VEGANUARY"

Gillem Gillet - Le 06/01/2025 à 16:50



Accueil > Besançon

Besançon

Veganuary : un mois de janvier sans produit d'origine animale

La campagne nationale sera relayée à Besançon le 11 janvier : invitation au véganisme à travers une chasse au trésor organisée par l'association de défense animale L214 et l'incitation à ne pas consommer viande, poisson et produits laitiers durant un mois.

Catherine Chaillet - 19.06. 2024 à 20:00 - Temps de lecture : 3 min

DL Entreprises > BTP et constructionIndustrieCommerces et servicesAgroalimentaireDistribution

Alimentation

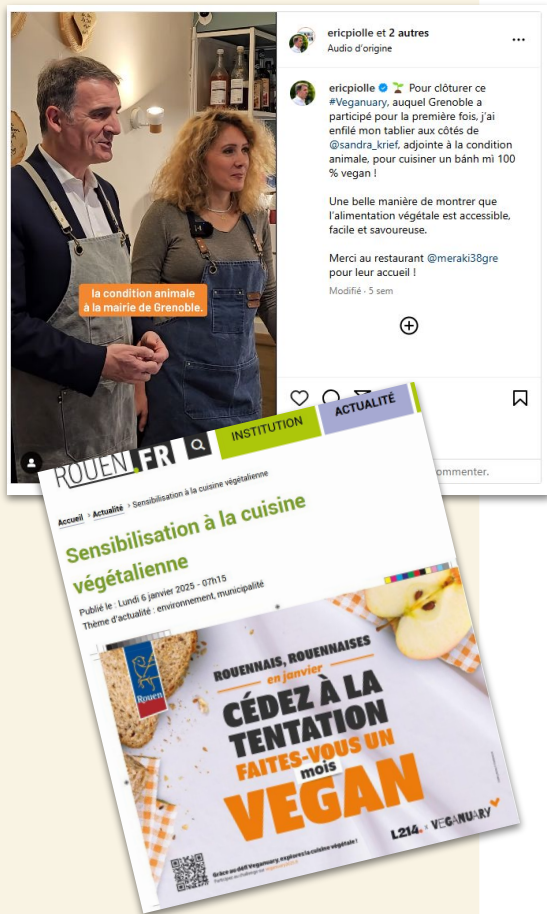
La Ville de Grenoble se lance dans le Veganuary, nouveau défi 100% végétal

Cette année, la Ville de Grenoble participe pour la première fois au Veganuary, un défi qui invite chacun à adopter une alimentation 100 % végétale pendant le mois de janvier. Objectif : sensibiliser aux enjeux environnementaux, éthiques et sanitaires liés à la consommation de produits d'origine animale.





# LA PARTICIPATION DE 3 MUNICIPALITÉS !



## Les actions menées :

- Grenoble : affichage dans la ville, lancement de la charte aux restaurateurs et événement avec un sportif local (4 marathons en 4 jours !)
- Rouen : repas vegan pour tous les enfants le 16 janvier et une exposition “un animal, des animaux”
- Vénissieux : repas vegan au centre aéré et mise à disposition de 25 recettes vegan sur leur site !

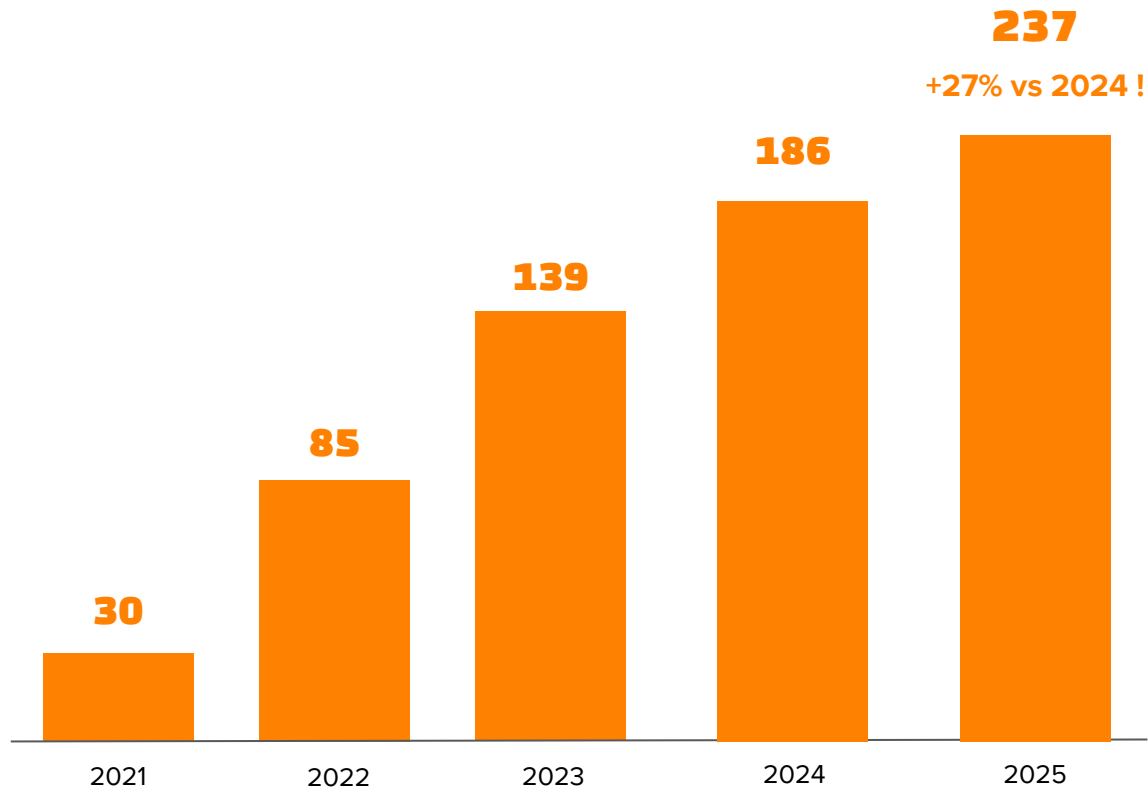
Les 3 municipalités ont également créé sur leur propre site des pages dédiées au Veganuary où elles encouragent à participer et partagent des recettes végétales.

# LA PARTICIPATION DES ENTREPRISES AU

**VEGANUARY** 

---

# UN NOMBRE D'ENTREPRISES PARTICIPANTES EN CROISSANCE CONTINUE !



# LA TYPOLOGIE DES ENTREPRISES PARTICIPANTES

Les enseignes de distribution, grossistes et distributeurs en ligne

+18% vs N-1



# LA TYPOLOGIE DES ENTREPRISES PARTICIPANTES

Les marques agroalimentaires

+34% vs N-1





# LA TYPOLOGIE DES ENTREPRISES PARTICIPANTES

Les chaînes de restauration,

+16% vs N-1

et les plateformes de livraison



# LA TYPOLOGIE DES ENTREPRISES PARTICIPANTES

Les restaurants,  
tables d'hôtes et  
commerces  
indépendants

+29% vs N-1



# LA TYPOLOGIE DES ENTREPRISES PARTICIPANTES

---

Les autres  
entreprises  
participantes



carbo



**kadorest.**



**LUSH**



# RESTITUTION DE L'ENQUÊTE POST

**VEGANUARY** 

---

# AVANT PROPOS

---

Comme chaque année, L214 Food mène une **enquête auprès des entreprises participantes** pour recueillir **leurs retours** sur la campagne.

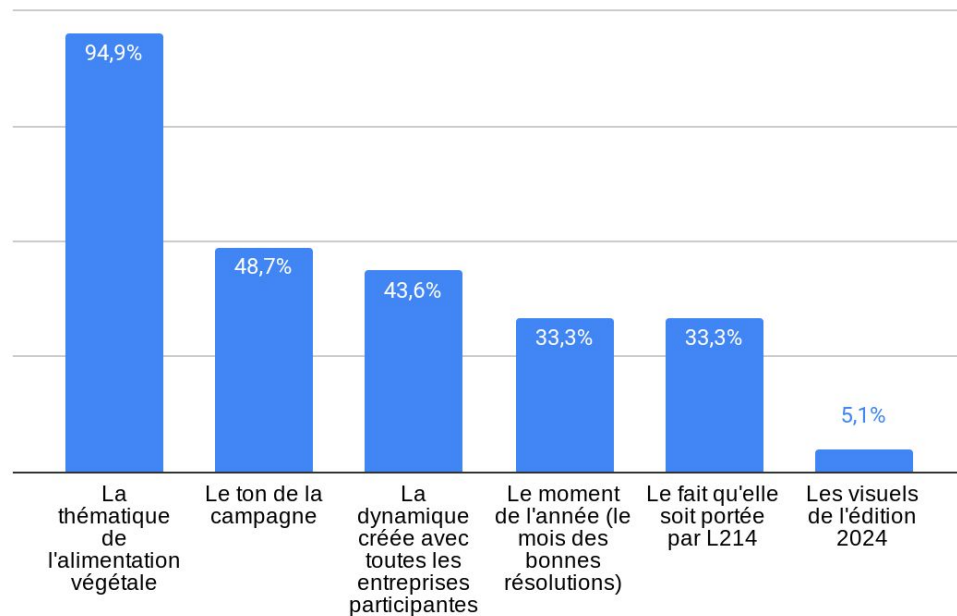
L'enquête était ouverte du **3 au 21 février 2025**.

**39 entreprises** ont répondu, soit un **taux de participation de 29%** (contre 41% en 2024).

*Les résultats ne concernent que les entreprises hors restaurateurs, chambres d'hôtes & commerces indépendants.*



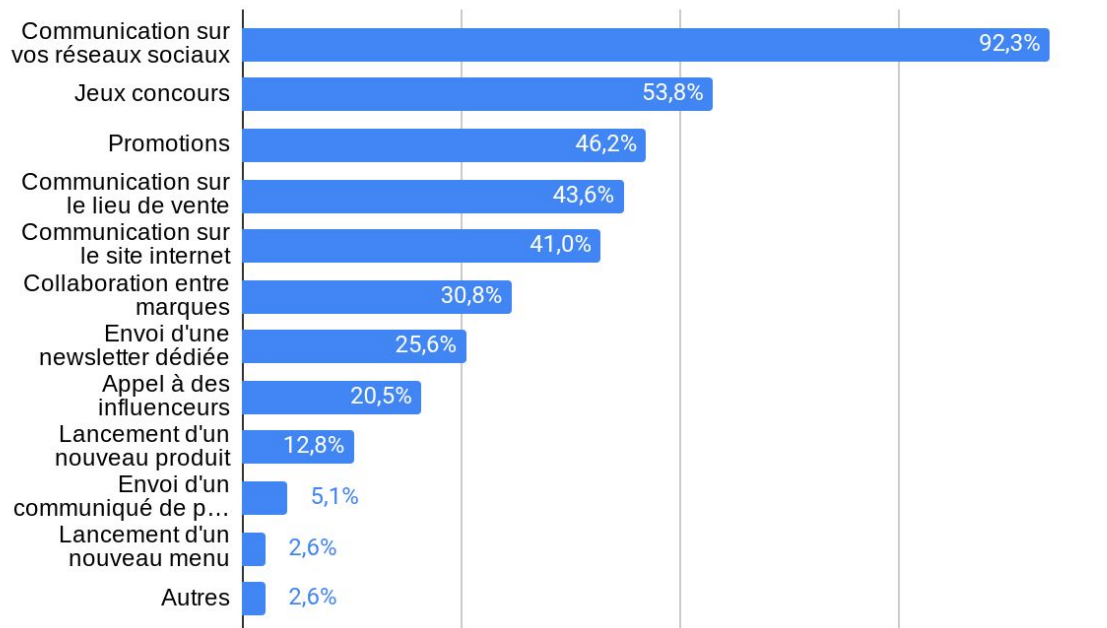
# VOS MOTIVATIONS À PARTICIPER







# VOS ACTIONS !



POULAILLON

MATSURI

cojean

FRENCH  
Kiss



eklo

Cala

MY LITTLE  
Warung  
ASIAN FOOD TRIP

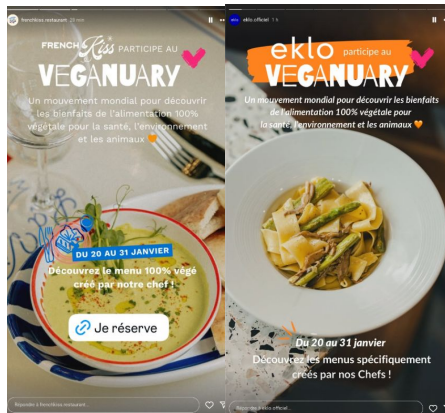
BB  
BIOBURGER

L214. VEGANUARY



VOS ACTIONS !

Lancements d'offres de menu



KoRe



JAY&JOY

L214. VEGANUARY



# VOS ACTIONS !

## Lancements de produits



### VEG'IN LOVE

Des sauces  
100 % végan.  
100 % plaisir.  
pour un  
Veganuary tout  
en saveurs !





**VEGANUARY** ♡

**Petit Pigeon**  
Pâté d'Alouette  
Pâté d'Alouette

**-10%**  
Sur tous les  
produits affinés

# VEGANUARY

Et -5% sur tout le site avec le code promo : **VEGANUARY5**



# VEGANUARY

TOUS NOS PRODUITS SONT  
EN PROMOTION

en magasin



# LA VIE

**-34%**

**E.Leclerc** 

# LA VIE

**-30%**

**franprix** 🍏

# LA VIE

**-30%**

MONOPRIX

**franprix**  DU LUNDI 30 DÉCEMBRE 2024 AU DIMANCHE 12 JANVIER 2025



**Le meilleur moment pour passer au végétal !**  
 Découvrez toutes nos promos sur une sélection  
 de produits végan.

OFFRE DISPONIBLE DU 30/12/2024 AU 12/01/2025 EN MAGASIN, SUR FRANKFEX ET L'APPLI FRANKFEX

POUR VOTRE SANTÉ, ÉVITEZ DE MANGER TROP GRAS, TROP SUCRÉ, TROP SALÉ. [WWW.MANGERBOUGER.FR](http://WWW.MANGERBOUGER.FR)



**L214. VEGANUARY**



# VOS ACTIONS !

## Catalogues et offres promotionnelles





# VOS ACTIONS !

## Jeux concours et collabs !



**Concours ProViotic® Veganuary**  
Tentez de gagner 3 cures ProViotic®CANDIDA  
En participant sous ce post ou en DM \*

**ProViotic®CANDIDA**  
comprimés probiotiques à prendre par  
voie vaginale et/ou orale







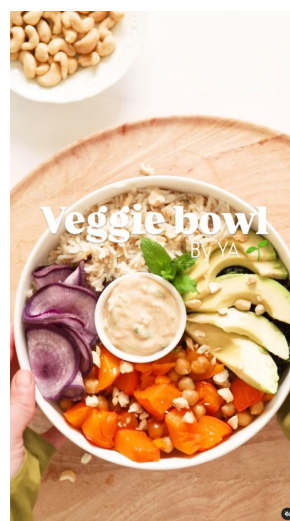
# VOS ACTIONS !

## Jeux concours et collabs !



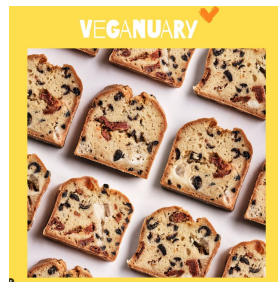
# VOS ACTIONS !

## Recettes





# VOS COMMUNICATIONS !



# VOS COMMUNICATIONS !





# VOS ACTIONS !

## Quelles actions étaient les plus efficaces ?

“Les collaborations avec influenceurs, qui ont su toucher le plus de monde et communiquer sur nos marques tout en sensibilisant au véganisme”

“Le code promo diffusé en newsletter”

“Promotion sur le e-shop”

“En terme de visibilité : la campagne d'affichage dans les gares, en terme d'engagement les dégustations.”

**“Jeux concours sur les réseaux sociaux, car ce sont des posts très engageants et qui rendent encore plus accessible la cuisine végétale”**

**“Promotions relayées sur prospectus car les substituts végétaux sont généralement des produits onéreux. Toute promotion (surtout -34%) se révèle être une importante source de trafic et une attente des consommateurs”**

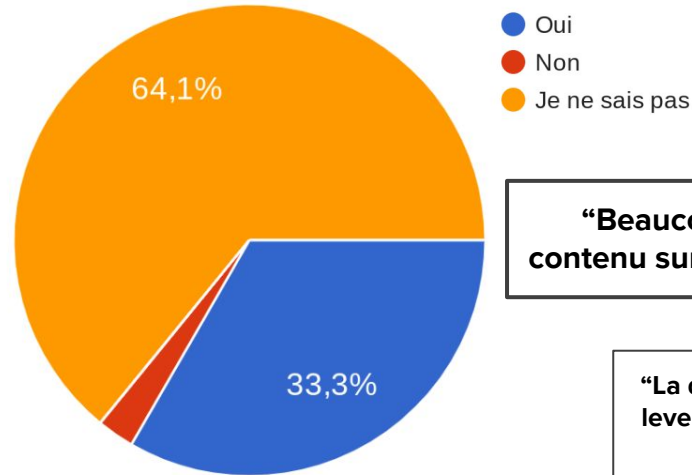
“La recette du mois et elle a été appréciée et relayée par le compte de L214\_food !”





# L'IMPACT CLIENTÈLE

Avez-vous observé un impact positif sur votre clientèle ?



“Un menu dédié attise la curiosité des flexitariens”

“Réaction mitigée des personnes sur les réseaux face au challenge ”

“Beaucoup de partage de contenu sur les réseaux sociaux”

“La dégustation permet de lever beaucoup de freins à la consommation”

Notre enseigne a toujours eu une offre végétale mais grâce à cette opération nos clients ont appris à la redécouvrir et à bien l'identifier en rayon.

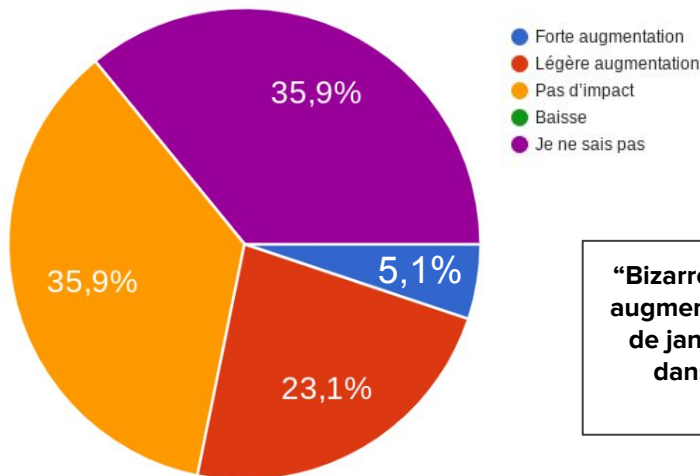
# L'IMPACT CHIFFRE D'AFFAIRES

Avez-vous pu observer un impact sur le chiffre d'affaires lié à votre offre végétale ?

“Augmentation des commandes sur le mois de Janvier “

“Plus de ventes sur le e-commerce avec la réduction du mois !”

Plus de ventes sur Janvier 2025 qu'en Janvier 2024



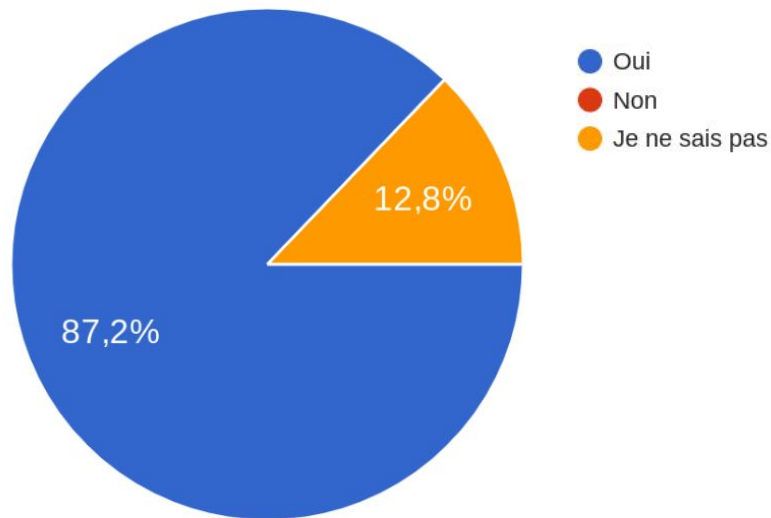
“Bizarrement, nous n'avons pas augmenté les ventes sur le mois de janvier, mais c'est à suivre dans les prochains mois”

“Augmentation de nos ventes sur le mois de janvier vs l'année dernière + recrutement de consos sur certaines gammes mises en avant”



## ET LA SUITE ?

Est-ce que le Veganuary vous a donné envie de promouvoir le végétal le reste de l'année ?





## ET LA SUITE ?

**Avez-vous prévu d'autres actions autour de vos offres végétales le reste de l'année ?**



**Vos idées d'actions** : “Trois moments clés de l'année pour promouvoir le végétal”, “Nous avons prévu quelques lancements de produits végétaux”, “une collab avec un chef”, “OP BBQ Végétal en mai”



“Car c'est une  
thématique  
importante”

“Parce qu'il est temps de  
s'y mettre !!!”

“Pour aider les gens à  
se diriger vers le  
végétal”

“Ça nous a permis de sensibiliser  
nos équipes et de créer de  
chouettes moments ensemble  
(repas 100% vegan organisé  
chaque semaine).”

“L'union fait la force !”

“Oui, nous recommandons  
Veganuary à d'autres entreprises.  
Ce mouvement est une excellente  
opportunité pour mettre en avant le  
végétal et ses valeurs sur un temps  
fort, tout en bénéficiant d'une  
dynamique collective.”

“Il est essentiel de  
valoriser l'alimentation  
végétale et  
d'accompagner le grand  
public dans cette  
transition, à la fois pour  
leur santé, le bien-être  
animal et la préservation  
de la planète.”

## ET LA SUITE ?

**Recommanderiez- vous la participation au Veganuary à d'autres  
entreprises ?**

100%

**des répondants recommandent la participation au  
Veganuary à d'autres entreprises**

“Veganuary est pour nous un temps fort très important  
pour parler des animaux et inviter à revoir ses modes de  
consommation pour les protéger. Nous continuerons de  
le promouvoir tant que les animaux continueront d'être  
utilisés comme des ressources.”



# L'ACCOMPAGNEMENT PAR L214

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

---

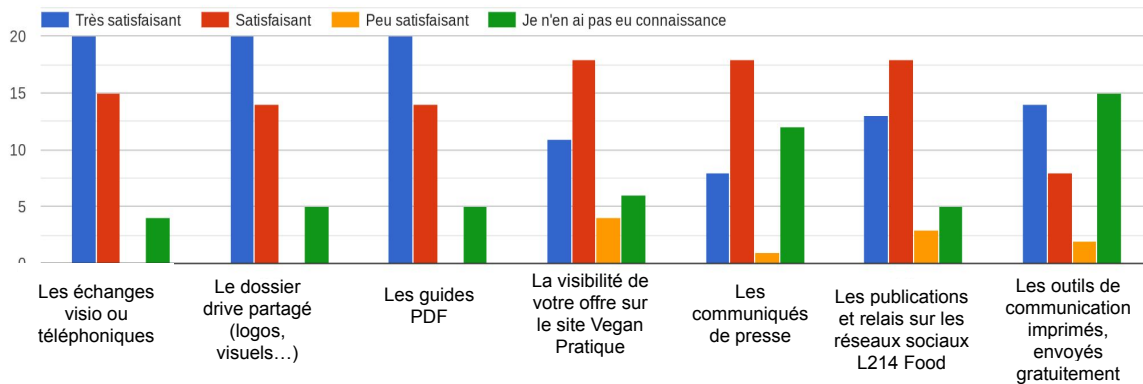
4.5/5

C'est la note que vous attribuez à notre  
accompagnement durant cette campagne

*Même note que l'année dernière ^^*

# L'ACCOMPAGNEMENT PAR L214

Comment évaluez-vous les outils d'accompagnement ?



**78% de satisfaction**

**19%** qui n'ont pas eu connaissance de certains outils

**Axe d'amélioration :**

**38%** d'entre vous n'ont pas eu connaissance de la possibilité de commander gratuitement des outils.

**10%** se disent insatisfaits de la visibilité donnée sur le site Vegan-Pratique.

# L'ACCOMPAGNEMENT PAR L214

Si vous avez commandé gratuitement des outils de communication imprimés, en êtes-vous satisfait ?

---

3.6/5

C'est la note que vous attribuez aux outils de communication imprimés.

## Axes d'amélioration :

- ❑ Quantités trop importantes
  - ❑ Terme "Veganuary" pas assez présent sur l'affiche.
  - ❑ La PLV intéresse de moins en moins les magasins physiques.
  - ❑ Pas assez d'outils dédiés aux réseaux sociaux.
  - ❑ Certaines personnes n'ont pas reçu les outils.
- 23 entreprises ont commandé les outils print



# L'ACCOMPAGNEMENT PAR L214

## Les quantités commandées



**Flyers**  
8 500



**Affiches**  
1 150



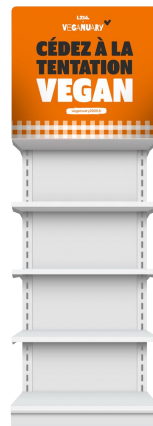
**Stickers**  
5 415



**Stop-rayons**  
2 030



**Vitrophanies**  
790



**Frontons**  
160



**Chevalets**  
100



# L'ACCOMPAGNEMENT PAR L214

Avez-vous participé au Workplace Challenge ?

## 5 entreprises

ont organisé un Workplace Challenge cette année !  
(à notre connaissance :))

“J'adore l'idée !!! Je le mettrai en place l'année prochaine.”

“Nous l'avons lancé sur quelques jours dans notre service + organiser une journée dégustation globale entreprise”

“Repas 100% vegan organisé chaque semaine, avec un thème à chaque fois !”

“Le challenge n'a pas vraiment pris, l'étape du végétarisme serait déjà une étape à passer avant le veganisme même si l'intérêt est présent. Challenge à relancer pendant l'été où la profusion végétale est plus propice au véganisme.”

# L'ACCOMPAGNEMENT PAR L214

Souhaitez-vous reconduire votre participation en 2025 ?

---

“Nous sommes une marque de viande végétale, c'est notre thématique au quotidien”

“L'initiative me plaît.”

“Je trouve ça très bien de sensibiliser les consommateurs, de leur montrer qu'on peut trouver des alternatives végétales afin de réaliser des repas tout aussi bons !”

“Nous avons envie de mieux anticiper cette campagne pour 2026 afin de communiquer de manière plus efficace et plus "360"”

# 92%

des entreprises veulent renouveler leur participation en 2026 !

# LES PERSPECTIVES POUR LA PROCHAINE ÉDITION

**VEGANUARY** 

---



# LES PERSPECTIVES VEGANUARY 2026

---

Comme annoncé auparavant,  
**c'est l'équipe de l'AVF (Association Végétarienne de France)**  
qui reprend la campagne pour 2026.

Et notamment :



**Natasha Mazzacaro**  
Responsable Communication  
[n.mazzacaro@vegetarisme.fr](mailto:n.mazzacaro@vegetarisme.fr)



**Ana Senn**  
Coordinatrice générale  
[a.senn@vegetarisme.fr](mailto:a.senn@vegetarisme.fr)

Tél. : 01 44 83 97 04



Formulaire de transmission  
de vos coordonnées à venir

# **Merci beaucoup !**

## **Place aux questions**



**Pour mémoire, c'était notre dernière réunion commune  
!**

**Nous avons beaucoup aimé travaillé avec vous, à  
développer le Veganuary et la saison du BBQ vegan  
notamment.**

**Vous serez entre de bonnes mains  
avec l'équipe de l'AVF !**

**Nous vous souhaitons de belles réussites dans le  
développement de nouveaux menus et produits, pour  
continuer à faire croître l'offre végétale en France !**

**A bientôt :D**

**Alexandra, Gauthier, Mathilde**

