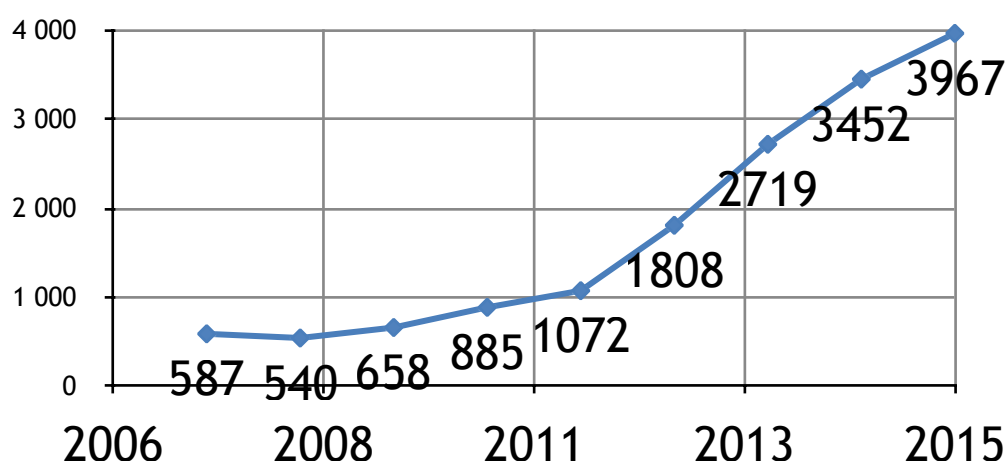

Association Végétarienne de France

Rapport d'activité 2014 - 2015

1. Dynamique générale

Une association en forte croissance

En 2014, le nombre d'adhérents de l'association est passé de 3452 à 3967, ce qui correspond à un accroissement de +14,92%.



Cette évolution s'inscrit dans une dynamique amorcée en 2008, qui témoigne de l'essor de l'AVF (voir graphique ci-dessus).

Une telle évolution est également à relever lorsqu'on s'intéresse à d'autres indicateurs: nombre d'inscrits à la lettre d'info; nombre de fans sur la page Facebook; sollicitations des médias et des entreprises pour des partenariats; inscription de nouveaux correspondants et délégués...

L'AVF s'inscrit dans une dynamique de renforcement et de professionnalisation, prenant modèle sur les associations européennes ayant déjà accompli cette mutation il y a plusieurs années (Vegetarian Society en Angleterre; VEBU en Allemagne; EVA en Belgique).

Formalisation des objectifs et des moyens

L'un des objectifs premiers de l'équipe élue en 2014 a été de formaliser la philosophie, les objectifs et les moyens de l'association.

- En premier lieu, le Conseil d'Administration (CA) a produit en juillet 2014 un « **texte de cadrage** » qui définit la philosophie et la finalité de l'association :

« L'AVF a pour ambition le développement du végétarisme et du véganisme.

Elle valorise la transition individuelle et collective vers une alimentation végétale, à ses différents stades (flexitarisme, végétarisme, végétalisme) et quelles que soient les motivations de cette transition (éthique, écologie, santé, solidarité Nord-Sud, plaisir culinaire).

Son horizon philosophique est un monde sans exploitation des animaux donc 100% végane.

Dans cette perspective, elle offre les outils permettant de cheminer vers le véganisme (conseils nutritionnels, recettes, cours de cuisine) en refusant toute stigmatisation ou dévalorisation des personnes qui ne seraient pas 100% végétariennes ou véganes. »

Ce texte définit l'identité communicationnelle de l'AVF:

« La communication d'AVF est positive, optimiste et enthousiaste. Elle encourage le changement plutôt que de se cristalliser sur l'impact négatif de la production de viande ou sur les difficultés rencontrées par les personnes végétariennes.

Elle constitue une référence en matière d'expertise liée à l'alimentation végétarienne (image: savante, sérieuse).

Elle met en avant la convivialité et le plaisir liés à l'alimentation végétarienne (image: plaisir, convivialité). »

Dans cette perspective, il explicite quatre grands moyens d'action: information/communication/influence ; accompagnement dans la transition ; aide/soutien aux adhérents et à la communauté végétarienne plus généralement; autodéveloppement.

Il met en avant les domaines d'action prioritaires pour la période à venir: campagne pour un jour végétarien par semaine; développement des alternatives végétariennes en restaurant; redéfinition et harmonisation de l'identité visuelle de l'AVF; communication autour de la nutrition; développement de délégations AVF sur des régions non pourvues; projet sport.

Enfin, il liste les moyens envisagés au service des projets: location d'un bureau (rendue effective fin 2014); site Internet vivant (son activité a déjà bien été développée); accroissement du nombre d'adhérents; sollicitation du soutien de personnalités (cette démarche a débuté avec l'offre d'abonnements gratuits à des personnalités); équipement informatique de l'association; recrutement d'un-e directrice/teur de communication (ce projet est à l'étude).

- En second lieu, le CA a défini de manière explicite ses modalités de discussion et de décision. Une charte « administrateur », définissant les engagements des administrateurs, a été également préparée et sera ultérieurement mentionnée dans les statuts. La « charte des délégués », que chaque correspondant-e et délégué-e nouvellement engagé-e signe, a également été complètement refondue. Enfin, un cadre

a été établi concernant les dépenses de fonctionnement des délégations, des commissions et du Conseil d'Administration.

Développement des moyens d'action de l'association

Afin de répondre à ses besoins de fonctionnement, l'AVF est devenue locataire d'un bureau de 40 m² dans le 10^e arrondissement de Paris. Ce bureau permet la tenue des réunions du CA, des commissions, et du groupe parisien. Il accueille depuis mars 2015 les deux chargées de mission climat.



Le bureau de l'AVF

Le travail administratif de l'association, et notamment la comptabilité, est effectué par Violette Fleury dans son domicile du Morvan. Plus précisément, un chalet a été construit à cette finalité, que l'association loue mensuellement à Violette.

Afin de mener à bien la gestion des projets, deux ordinateurs ont été acquis par l'association: l'un pour le travail de la présidence, le second pour la mission climat. Un téléphone et une imprimante ont été également acquis (offerts par un sympathisant de l'association).

Le travail de l'AVF s'appuie sur de nombreuses ressources humaines bénévoles. Sont également rémunérés sur une base mensuelle:

- Jacques Bain, pour le fichier des adhérents (rémunération au forfait)
- Violette Fleury, pour le secrétariat, notamment comptable (rémunération de la prestation en fonction du nombre d'heures effectuées)
- Younes Benjelloun alias Troon pour le développement et la maintenance des sites Internet (rémunération au forfait)
- Ophélie Véron pour la mission climat (CDD de dix mois)
- Marie-Morgane Jeanneau pour la mission climat (stage de six mois)

-
- en outre, plusieurs prestataires sont rémunérés pour leur travail, à la prestation (graphistes/maquettistes de la revue; imprimeur; expert comptable; leveuse de fonds pour les ateliers Easy Veggie...)

2. Rapport financier

En 2014 les charges de l'association se sont élevées à 161 899 euros (contre 99 986 euros en 2013).

L'accroissement des charges est liée principalement à trois postes:

- la revue (accroissement de 20 599 euros en 2014 des coûts liés à la publication, et de 11986 euros des coûts liés à l'envoi)
- les achats de marchandises (achat de livres et de DVD pour reventes: accroissement de 4634 euros en 2014)
- les services extérieurs (augmentation de 31 698 euros en 2014, correspondant essentiellement à la rémunération du travail de Violette, Jacques et Troon, effectué jusque là bénévolement)

En revanche, les salaires versés ont diminué de 12859 euros (ce qui correspond au départ d'une salariée de l'association).

Les produits se sont élevés à 180 573 euros (contre 168 096 euros en 2013).

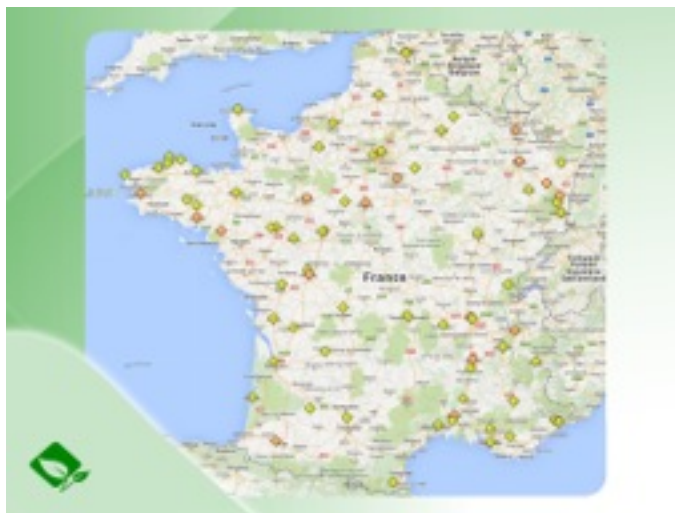
Cet accroissement est lié principalement à celui des cotisations (accroissement de 10947 euros entre 2013 et 2014), ainsi qu'à celui des recettes des ateliers de cuisine (accroissement de 7091 euros entre 2013 et 2014). Il est modéré par une diminution de 1848 euros des ventes de marchandises.

Finalement, le bilan de l'exercice 2014 est de 20 204 euros.

Les réserves de l'association sont très abondantes, et les investissements effectués en 2014 n'entament pas la bonne santé financière de l'association.

3. Délégations

À la date de l'AG, il y a 78 correspondant-e-s et délégué-e-s actif/ves, soit un accroissement de 12 par rapport à l'AG 2014. Andrée Ascoet, qui quitte le Conseil d'Administration à l'AG 2015, demeure responsable des délégations et actions locales.



La carte de France des délégations

Les délégations se sont renforcées au cours de l'année écoulée, notamment sur la côte méditerranéenne et en Alsace. De nouvelles régions acquièrent des représentants, comme la Franche Comté avec une correspondante dans le Jura.

Aux cours de l'année écoulée, outre les traditionnelles actions (ateliers cuisine, conférences, tables d'information, stands, balades, sorties restaurants...), les délégués se sont emparés du film « la santé dans l'assiette » pour proposer des



Démonstration culinaire sur un salon

conférences ; les courses à pied sont de plus en plus régulières ; les délégués profitent des fêtes pour promouvoir cette alternative à l'alimentation traditionnelle.



La délégation du Var

Les temps forts de l'année: le salon Marjolaine, assuré grâce à la présence de bénévoles sur une présence de 9 jours d'affilée; la Fête de l'Huma; les Journées d'Été d'Europe Écologie...

Quelques projets en cours: mise à jour du guide du correspondant et délégué; réalisation de T-shirts aux couleurs de l'AVF; remboursement des frais kilométriques engendrés par les déplacements pour tenue de stands.

4. Communication externe

Outils de communication de l'association

En 2014, le site Internet de l'association et celui de la campagne pour un jour végétarien par semaine (123veggie.fr) ont été entièrement revus.

Pour le site de la campagne 123 veggie: recours à une graphiste bénévole, refonte de la charte graphique et amélioration de l'ergonomie. Refonte de la lettre d'info.



Pour le site principal de l'association: refonte graphique, nettoyage des contenus, mise en place d'un module « actualités ». Résultat: fréquentation quotidienne du site multipliée par 40.



La maquette de la lettre d'info a été également refondue, son contenu enrichi, et sa périodicité modifiée (le lundi toutes les deux semaines). Elle est adressée actuellement à près de 11 000 personnes. Le contenu est élaboré par le CA, et la mise en forme est réalisée bénévolement par Émilie Gallardo.



La page Facebook de l'association est passée en un an de 40 000 à plus de 70 000 fans. Elle est gérée actuellement par Ophélie Véron en marge de la mission climat. La campagne 123 Veggie dispose également d'une page Facebook.



L'AVF dispose également d'autres outils de communication externes: chaînes Youtube et Dailymotion, compte Instagram (gérés bénévolement par Annick Richier), compte Pinterest (géré bénévolement par Anna Vigneron).

Présence dans les médias

En 2014-2015 l'AVF est intervenue ou a été citée par les médias nationaux suivants: France Inter, France 5, La Vie, OM5 TV, Libération, Le Monde, LeMonde.fr, Regard Bouddhiste, Radio Notre Dame, Hapinez, ainsi que dans plusieurs médias étrangers.

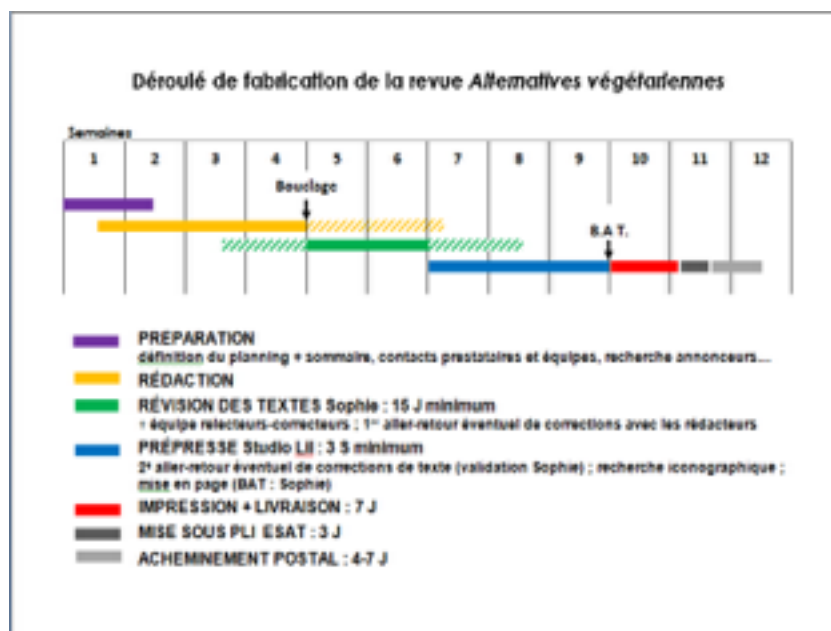
À noter, la participation de la présidente de l'AVF au débat organisé par France 5 pour l'émission Enquête de Santé, débat visionné par un million de personnes en France.

Ces très nombreuses sollicitations et cet intérêt grandissant du public pour le végétarisme témoignent d'un véritable essor du mouvement dans notre pays.

Revue

Au cours des mois écoulés, la revue a connu une importante refonte, tant sur le plan des procédures de fabrication que du contenu que de la forme.

Une nouvelle équipe de rédaction a été constituée, sur la base d'un appel à candidatures bénévoles sur Facebook et sur la lettre d'info. 71 candidatures de rédacteurs, relecteurs-correcteurs, traducteurs, photographes et graphistes nous sont parvenues.



Enfin, la maquette de la revue a été complètement revue, avec un nouveau format, une nouvelle pagination, et une nouvelle mise en page.



Le numéro printemps 2015

Les perspectives pour l'avenir: formaliser la ligne éditoriale, développer la vente d'espaces publicitaires, réajuster et stabiliser l'équipe de rédaction, développer les circuits de diffusion.

À noter: des abonnements à la revue ont été offerts à quelques personnes influentes en 2014, une démarche à poursuivre en 2015.

5. Commission diététique et comité de validation scientifique

L'AVF est actuellement dotée de deux structures consacrées à l'information nutritionnelle et diététique.

Le **comité de validation scientifique** a été créé en avril 2013 sous le nom de commission scientifique, dans la perspective d'apporter une caution scientifique aux textes édités par l'AVF. Il a été renommé en novembre 2014 et doté d'une nouvelle charte de fonctionnement. Ce comité est actuellement suspendu en raison de la démission en mai 2015 de son coordinateur (conformément à la charte, cette démission entraînant une suspension du comité).

La **commission diététique** a été créée en novembre 2014 dans la perspective de répondre aux questions posées par les adhérents (notamment par la mise en place d'une Foire aux Questions sur le site Internet de l'association), rédiger et mettre à jour les fiches d'information, et sur demande du CA, produire d'autres types de contenus liés à la diététique. Elle est coordonnée par Sandrine Costantino et composée de diététiciens et diététiciennes.

6. Projets de l'association

Projet 1, 2, 3, Veggie !

Cette campagne a été lancée en septembre 2014. Elle reprend l'essentiel des contenus et objectifs du projet Jeudi Veggie.

Un nouveau logo et une nouvelle charte graphique ont été élaborés par une graphiste bénévole, Audrey Moreira.



Le partenariat avec les blogueuses se poursuit. Deux nouvelles recettes sont envoyées chaque semaine aux personnes inscrites, ainsi que des idées ingrédients, des comptes-rendus de livres et des conseils.



The screenshot shows the Easy Veggie website interface. At the top, there is a logo with the text '1, 2, 3, VEGGIE' and a green leaf icon. To the right, a tagline reads 'Un jour, deux jours, trois jours par semaine, je mange végétarien !'. Below the logo is a navigation bar with icons for home, 'Pourquoi?', 'Comment?', 'Cuisiner', 'Réalizations', and 'Livre d'or'. The main content area features a recipe for 'Tarte Tomates-Olives-Basilic' by Emilie Lefebvre. The ingredients list includes: 1 rouleau de pâte brisée végétale ou 1 pâte à tarte maison sans gluten; 1 gros oignon jaune ou rouge émincé finement; 4 grosses gousses d'ail émincées; 1 kg de tomates bien mûres pelées, épluchées et coupées en quatre, ou 1 grosse boîte de tomates pelées; 1 cc + 1 CS de sucre de canne complet; 300 g de tomates cerises coupées en deux. To the right of the recipe is a 'Je m'engage' button with a checkmark icon, indicating that 3343 people have already engaged. Below this is a testimonial from Elodie: 'Je suis flexitarienne depuis plusieurs mois. Connaître qui réduit sa consommation de produits d'origine animale préserve notre santé et celles des animaux, j'essaie progressivement d'en diminuer ma consommation. Pas encore prête à devenir végétarienne en toutes circonstances, j'opte alors pour le flexitarisme même si mes repas sont à dominante végétarienne. :)'

Les ateliers Easy Veggie ont eu lieu sur une base hebdomadaire à Paris, jusqu'en février 2015. À cette date, une source de financement permettant de faire baisser le prix des ateliers a cessé, et une campagne de recherche de fonds auprès d'entreprises et de fondations a été lancée avec recours à une prestataire, Sarah Bienaimé.



La reprise des ateliers est envisagée en janvier 2016 sur Paris, Lyon, Marseille, ainsi qu'en Auvergne et en Bretagne.

Partenariat européen

En 2014, l'AVF a sollicité des fonds afin de pouvoir poursuivre le partenariat européen ERASMUS+, qui a jusqu'ici permis de riches rencontres avec les associations végétariennes des autres pays, en général plus développées que l'AVF, ainsi que la mise en oeuvre d'une stratégie de développement pour cette association.

Cette sollicitation de financement, constituée par Clémentine Griveaud, n'a pas connu une issue positive, cependant nous envisageons autant que possible de conserver des liens de qualité et des échanges avec les associations des autres pays. Une nouvelle demande de financement pourra être menée en 2016. Des projets de collaboration entre associations, et notamment celui de mise en place du Label V, sont actuellement à l'étude.



Photo prise à l'occasion de la rencontre végétarienne à Winterthür (Suisse), juillet 2014

Projet sport

Un projet sport a été lancé au début de l'année 2015, sous l'égide de Jean-Christophe Manuceau. Son objectif: développer une communication positive sur le sujet, participer à l'organisation d'une communauté sportive végétarienne.



Séance de course à pied au bois de Vincennes

Dans le cadre de ce projet, des séances de course à pied sont organisées régulièrement en région parisienne.

Une commande de T-shirts sportifs a également été passée (T-shirts mis en vente sur la boutique de l'AVF en juin 2015). Des interviews de sportifs végétariens ou véganes ont été présentées sur le site. Enfin, une brochure à destination des sportifs est en cours de réalisation.

Mission climat

Cette mission est envisagée comme le projet phare de l'association, dans la perspective de la Conférence de Paris, prévue en décembre 2015. Pour la mener à bien, une chargée de mission salariée (Ophélie Véron) ainsi qu'une stagiaire (Marie-Morgane Jeanneau) ont été recrutées.

Les principaux objectifs de la mission climat sont les suivants:

- réalisation d'un état des lieux scientifiques sur le lien entre alimentation et climat, qui sera remis aux journalistes et aux décideurs
- organisation d'un « Défi Veggie » en octobre et novembre 2015, sous forme de concours par équipe, destiné aux étudiant-e-s et relayé largement par les réseaux sociaux et le web
- développement d'outils de communication pédagogiques et ludiques sur le lien entre alimentation et climat (site Internet, vidéos d'animation, portraits, interviews d'experts, exposition, etc.)
- intervention de l'AVF dans les espaces de débat et d'élaboration autour du changement climatique (rencontres Alternatiba, événements du sommet « off »).

L'objectif est que les correspondant-e-s et délégué-e-s puissent relayer cette action en région, organisant des défis et diffusant le matériel de communication de la campagne.

Partenariats avec le projet VegeTables

Le projet VegeTables est mis en place par Céline Jaouen et son compagnon Yann dans la perspective de développer un outil de référencement exhaustif et fiable des restaurants végétariens ou accessibles aux végétariens, sur la base de la signature d'une charte (service avec option payante pour les restaurateurs, gratuit pour les utilisateurs).



Un partenariat est mis en place entre l'AVF et les initiateurs du projet VegeTables dans la perspective de permettre à VegeTables de disposer de l'expertise de l'AVF en matière de restauration végétarienne, et de s'appuyer sur le réseau de l'AVF pour développer le projet. Ce partenariat permettra à l'AVF de rendre son Végétannuaire plus ergonomique et plus fiable, grâce à la mise à disposition de la base de données de VegeTables.