



**Les amis des animaux ne
mangent pas comme ça**

swissveg.ch/amis-des-animaux

Rapport annuel
Année 2020

Niederfeldstr. 92
8408 Winterthour
Suisse

+41 (0)714773377
info@swissveg.ch
www.swissveg.ch

Compte postal
90-21299-7

PRÉAMBULE

Durant l'année écoulée, Swissveg a mené la plus grande campagne en faveur des droits des animaux jamais mise sur pied en Suisse : notre campagne de sensibilisation intitulée « L'animal et sa raison d'être » a été diffusée dans toutes les grandes gares de toutes les régions du pays. Notre message a ainsi été vu des millions de fois tout au long de l'année. De cette façon, nous sommes parvenus à atteindre une grande partie de la population suisse malgré la suppression de nombreux événements en raison des mesures ordonnées par le Conseil fédéral pour lutter contre la propagation du coronavirus.

La pandémie était aussi en lien direct avec notre travail : Swissveg a mis en lumière la relation de cause à effet entre l'élevage industriel tel qu'il est pratiqué de nos jours et l'émergence de nouvelles pandémies. De plus, ce sont précisément les maladies dites de civilisation (hypertension artérielle, obésité, diabète de type 2), dont la survenue est favorisée par la consommation de produits d'origine animale, qui se sont avérées être des facteurs aggravants pouvant entraîner des complications chez les personnes infectées. Ce constat a certainement contribué à ce que l'on s'intéresse encore davantage à une alimentation purement végétale. Peut-être le frein imposé aux différentes activités a-t-il donc même eu un effet positif ? Coop, par exemple, a enregistré des ventes records dans la gamme des produits de substitution à la viande et aux produits laitiers au printemps 2020, en plein

semi-confinement. D'autres grands distributeurs (Migros, Aldi, Lidl) ont fortement étoffé leur gamme de substituts à la viande et aux produits laitiers l'an dernier. Les aliments sains ont donc le vent en poupe. Pour Swissveg, cela s'est traduit par un nombre de nouvelles adhésions jamais atteint en 27 ans d'existence. Je salue tout particulièrement l'intérêt grandissant en faveur d'un mode de vie plus sain, dont nous avons nous-mêmes constaté les bénéfices durant l'année écoulée. Un grand merci à toutes celles et à tous ceux qui rendent notre travail possible ! Même si les circonstances particulières ne nous ont malheureusement pas permis de rencontrer personnellement nos donateurs et nos bénévoles à l'occasion des événements, nous sommes nombreux à avoir mis à profit cette période de restrictions d'activités pour réfléchir à notre mode de vie et à nos habitudes. Les grands chamboulements du quotidien sont souvent autant d'opportunités pour des changements bénéfiques. Cette année aussi, nous apporterons notre soutien à toutes les personnes désireuses d'opérer un tournant dans leur vie vers davantage de respect pour les animaux et l'environnement et une meilleure santé.



Renato Pichler
Président Swissveg



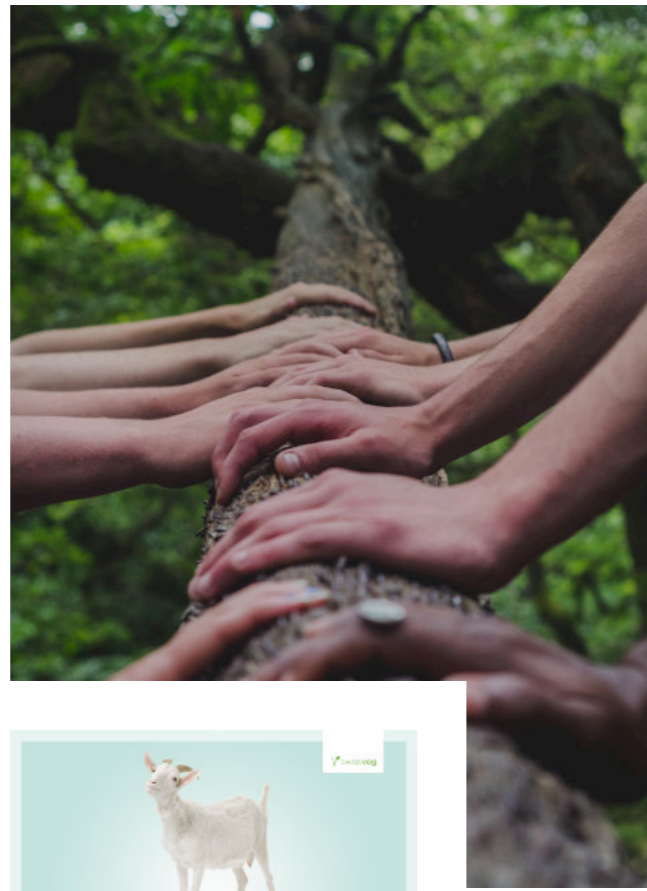
SOMMAIRE

Trombinoscope

COMITÉ.....	7
COMITÉ UVE.....	7
SECRETARIAT	8
MON STAGE CHEZ SWISSVEG	9
PARTENAIRES	10
REFARM'D	10

Relations publiques

SSN : L'ASSIETTE OPTIMALE.....	12
SONDAGE DEMOSCOPE	12
MOIS DU VEGANISME	13
OBSERVATOIRE DE LA LANGUE	14
PARLEMENT DE L'ALIMENTATION.....	14
SUPPORTS D'INFORMATION	15
NEUTRALITÉ CLIMATIQUE.....	15
DANS LES MÉDIAS	16



Campagne

BILAN DE LA CAMPAGNE	22
GIVING TUESDAY.....	25
2020 EN CHIFFRES	26

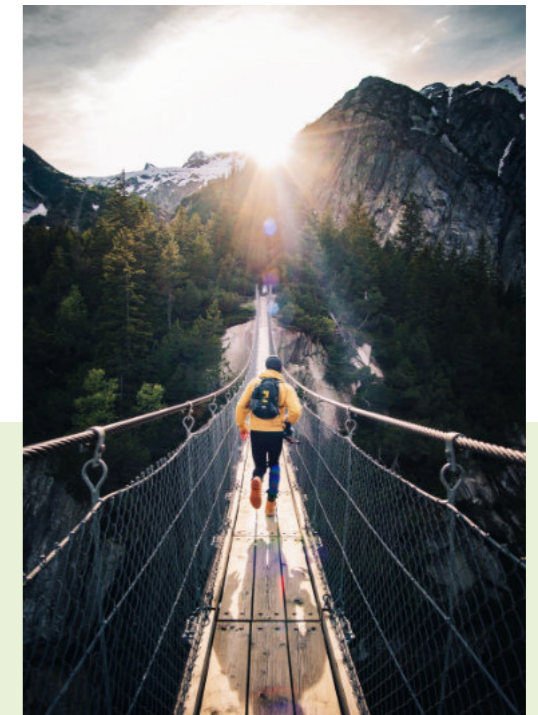
Événements

ÉVÉNEMENTS 2020.....	27
LIGNE CHRONOLOGIQUE	28

Économie & politique

ENGAGEMENT POLITIQUE	30
AGRICULTURE BIO VÉGANE	31
NORME ISO	31

PARLEMENT DE L'ALIMENTATION



Projets

V-LABEL	33
L'APPLICATION SWISSVEG	33
VEG-INFO	34

Évolution

RÉSEAUX SOCIAUX	36
MEMBRES ET DONATEURS.....	38
LOGICIEL V-LABEL	38

Perspectives

VEGGIEDAY	40
NOUVEAU SITE WEB	40
PROJETS ET OBJECTIFS	41

Trombinoscope

COMITÉ

En 2020, le comité de Swissveg a connu plusieurs changements. Il compte actuellement cinq membres, dont le président Renato Pichler (gérant de Swissveg, membre du conseil de fondation L'ANIMAL+NOUS – Fondation pour l'éthique dans l'enseignement, membre du comité de l'Union végétarienne européenne, UVE et membre de la direction fédérale de ProVeg), Marco Eberhard (vice-président) et Ivo Jegge. Barbara Achermann (caissière) et Andrea Hilfiker ont accepté d'endosser cette charge à titre bénévole et de succéder ainsi à Monika et Werner Akeret ainsi qu'à Thomas Hereth qui ont, quant à eux, quitté le comité durant l'année.

Le comité tient chaque mois une conférence téléphonique et se réunit deux fois par an pour une séance présidentielle d'une journée (lorsque les conditions le permettent). En 2020, cette réunion n'a pu avoir lieu qu'en mars. La deuxième réunion s'est tenue par conférence téléphonique en automne. Entre ces rendez-vous fixes, les membres du comité communiquent par messagerie ou par téléphone. Chacun des membres du comité s'engage selon ses possibilités, ses intérêts, ses capacités et le temps à disposition. Pour en apprendre davantage sur les membres du comité, consultez www.swissveg.ch/equipe.



Renato Pichler



Marco Eberhard



Ivo Jegge



Andrea Hilfiker



Barbara Achermann

COMITÉ UVE

Depuis 2020, le comité de l'Union végétarienne européenne (UVE) compte pas moins de deux collaborateurs de Swissveg parmi ses membres : Renato Pichler, après avoir été reconduit dans ses fonctions, et Simone Fuhrmann en tant que nouvelle élue. L'UVE est l'association faîtière qui chapeaute toutes les associations véganes et végétariennes d'Europe. Dans ses activités, elle met l'accent

principalement sur la santé, l'alimentation, la protection des consommateurs, la durabilité et les questions écologiques. Elle établit des liens entre ces thèmes et le véganisme et le végétarisme avant de les mettre à l'ordre du jour du débat politique européen. L'UVE est financée en grande partie par les recettes du V-Label. Cette année, l'assemblée générale s'est tenue en ligne.



SECRÉTARIAT

Renato Pichler continue d'assumer la gérance de Swissveg à un taux d'occupation de 80%. Il est assisté dans sa fonction par sa suppléante, Simone Fuhrmann, engagée à 90% au poste de responsable du personnel et de projets.

L'équipe V-Label se compose de Marcel Bohnet (80%), également responsable de la certification, de Beatrice Stahel (100%) et, depuis août 2020, d'Olivia Amstutz (70%), qui avait précédemment œuvré en tant que stagiaire Marketing et administration chez Swissveg.

La rédaction de notre magazine Veg-Info a connu un grand changement en 2020 avec le départ de la rédactrice en chef, Bernadette Raschle, qui a décidé de réorienter sa carrière après 14 ans passés chez Swissveg. Katherina Schöffner lui a succédé à la direction de la rédaction en mars 2020 à un taux d'occupation de 80%.

Danielle Cotten, secondée par nos stagiaires Felicia Mändli (à 80%, de janvier à février), Alina Dubach (à 70%, de janvier à février) et d'Elina Wehrli (à 100%, d'août à décembre), s'occupe à plein temps de nos activités de communication, campagnes et travail médiatique compris. Depuis la mi-août, Swissveg offre une nouvelle place de stage

dans le domaine de la levée de fonds, pour laquelle nous avons pu recruter Gabriele Müller (80%).

Karine Pichler (40%), quant à elle, assume toutes les tâches administratives ainsi que la gestion des membres de Swissveg.

Sophie Lebel (40%) se charge de la coordination et de la traduction des textes rédactionnels à destination du public romand. Depuis 2020, elle est épaulée dans cette tâche, par Evelyne Campana, bénévole de longue date désormais employée à 10%. Quant à l'encadrement et à l'organisation d'événements en Suisse romande, ils sont placés sous la responsabilité de Simone Fuhrmann toujours formidablement assistée par Aurélie Carillo.

En tant que responsable de projets informatiques, Martin Schaffner (60%) met son savoir au service de nos divers projets numériques.

Fin 2020, les onze employés fixes de Swissveg cumulaient un taux d'occupation de 755%. S'ajoutent à cela deux postes de stagiaires pour un total de 180%. Comme les années précédentes, notre équipe a aussi pu compter sur de nombreux collaborateurs libres et tout autant de bénévoles et de volontaires.



MON STAGE CHEZ SWISSVEG

Petit rapport d'expérience

Après m'être consacrée au suivi de la clientèle dans le cadre de la prévoyance professionnelle pendant près de 20 ans, j'ai décidé de tout abandonner pour changer de voie et redémarrer à zéro. Je souhaite désormais gagner mon pain en levant des fonds. Pour moi, il était évident que j'allais devoir compléter la formation théorique prodiguée à la ZHAW par une expérience professionnelle sous la forme d'un stage pratique. Malgré que je sorte du lot des stagiaires « types » du haut de mes 47 printemps, je me suis sentie à ma place chez Swissveg dès le premier jour. Durant mon stage de six mois, j'apprends énormément sur le travail de projet. Je suis responsable du Veggieday qui sera lancé en 2021. Les tâches pratiques entrent en parfaite résonance avec les connaissances théoriques acquises auprès de la ZHAW. Je m'occupe de marketing et de communication ; un univers totalement nouveau pour moi. Je suis d'autant plus reconnaissante à Swissveg de m'offrir un magnifique tour d'horizon très enrichissant. Veggieday étant présent sur les réseaux sociaux, je me charge également de poster des publications. Actuellement, j'adresse des courriers de demande à toute une série de fondations, ce qui me plaît beaucoup. Je fais donc mes premiers pas dans le milieu de la levée de fonds institutionnelle : ça aussi, c'est grâce à Swissveg.

J'aime les animaux et suis ravie de pouvoir m'engager en leur faveur. Sur ce plan non plus, je ne regrette pas une seconde mon stage auprès de Swissveg. Et un dernier point mérite que l'on s'y arrête : l'équipe est formidable. Je m'y sens bien entourée et la bienvenue.

Gabriele Müller

PARTENAIRES

Notre réseau de partenariats s'est étoffé tout au long de l'année et compte de nombreux nouveaux partenaires Swissveg Card. Planted, la spin-off de l'EPF, en fait désormais partie au même titre que Wild Foods, qui transforme des carottes suisses en une alternative presque parfaite au saumon, Affechrut, qui brasse encore une fois les cartes du marché des substituts de viande pour l'enrichir, et bien d'autres. Le partenariat gratuit bénéficie autant aux entreprises, aux membres de Swissveg qu'à nous en tant qu'association.

Nous avons, cette année aussi, poursuivi nos échanges avec d'autres organisations afin de nouer des coopérations en vue de défendre le thème de l'alimentation végétale à une échelle plus large notamment. Ainsi, nous restons en contact avec Fridays for Future, avec la Société Suisse de Nutrition (SSN) et avec les comités ayant lancé les initiatives Pour une eau potable propre et Basel2030 en faveur d'une justice climatique.

Les partenariats étant de nature très diverse et variée, nous entretenons une collaboration de longue

date avec la fondation Tier im Recht (TIR) à qui nous avons confié une chronique dans le Veg-Info. Benjamin Signer, de chez betteryou, l'un de nos partenaires Swissveg Card, rédige lui aussi des contributions régulières pour nos publications.

Depuis 2020, nous sommes en dialogue avec Animal Free Research et soutenons leur pétition, qui demande à la Confédération d'investir davantage de fonds pour une recherche sans expérimentation animale. Notre réseau s'étend également à KYMA sea conservation et research avec qui nous coopérons sur de petits projets et pour un soutien mutuel. En 2020, nous avons démarré une précieuse collaboration avec myblueplanet dans le but d'établir et de publier le bilan carbone des recettes de Swissveg.

Nous soutenons le Vegi-Pass, par ailleurs partenaire à la Swissveg Card, depuis sa création. De plus, nous sommes désormais partenaires du Vegan Festival et poursuivons notre partenariat bien établi avec VeggieWorld et sa nouvelle direction.

REFARM'D



Refarm'd soutient les exploitations laitières en passe de devenir des fermes de vie dédiées à la production et à la distribution de laits végétaux. Le sanctuaire Aurelio à Büron dans le canton de Lucerne a franchi le pas avec l'aide de Refarm'd : l'ancienne ferme d'élevage s'est muée en une ferme de vie produisant du lait végétal et offrant un lieu de vie à des vaches, des cochons, des alpagas et des poules.

Les personnes intéressées peuvent souscrire à l'un des modèles d'abonnement proposés par Claudia et Beat et soutenir la ferme de

vie tout en recevant chaque semaine une livraison de boissons bio à base d'avoine fraîchement préparées maison et conditionnées dans des bouteilles en verre réutilisables. Le prix de l'abonnement comprend la livraison hebdomadaire à un point de retrait prédéfini. Il est également possible de récupérer la marchandise directement à l'exploitation moyennant un rabais de 12% sur le prix de l'abonnement. Depuis novembre 2020, Swissveg est l'un des points de retrait de l'organisation en Suisse et réceptionne les boissons à l'avoine tous les jeudis dans ses locaux à Winterthour.

Relations publiques

Swissveg publie presque chaque jour des contributions d'actualité sur les principaux réseaux sociaux. Ainsi comptons-nous en fin d'année près de 15 000 fans sur Facebook où nos publications atteignent en moyenne quelque 98 000 personnes par semaine. Notre profil Instagram est devenu notre canal principal en 2020 en totalisant 17 100 abonnés en fin d'année. Depuis 2020, Swissveg est présente aussi sur TikTok. Encore discrète sur ce nouveau canal, nous travaillerons à y étendre notre influence.

Continuellement étoffé l'an dernier aussi, notre site

Internet www.swissveg.ch fournit une réponse à quasi toutes les questions que soulève le mode de vie végétal. En 2020, de nombreuses pages ont été traduites en italien, notamment celles en lien avec notre campagne « L'animal et sa raison d'être ». La newsletter de Swissveg envoyée à près de 8 000 abonnés constitue un moyen essentiel de diffusion et de collecte d'information, bon marché et accessible à tous.

L'inscription est ouverte à toutes et à tous et se fait en ligne sur www.swissveg.ch/newsletter

SSN : L'ASSIETTE OPTIMALE

En collaboration avec la Société Suisse de Nutrition (SSN), nous avons proposé des recettes véganes pour illustrer l'assiette optimale, car celle-ci ne présentait jusque-là que des recettes à base de viande ou ovo-lacto-végétariennes.

Les recettes suggérées par Swissveg ont été analysées au plan nutritionnel par la SSN et réalisées puis photographiées par des membres actifs de Swissveg.

Le site de la SSN (www.sge-ssn.ch/fr/toi-et-moi/boire-et-manger/recettes/) comprend maintenant dix recettes véganes disponibles en trois langues.



sge Schweizerische Gesellschaft für Ernährung
ssn Société Suisse de Nutrition
ssn Società Svizzera di Nutrizione

SONDAGE DEMOSCOPE

En 2020, nous avons réalisé un nouveau sondage représentatif visant à recenser le nombre de végétariens et de végétaliens qui vivent en Suisse comme nous l'avions déjà fait en 2017. Ce faisant, DemoSCOPE a malheureusement constaté qu'une erreur de calcul avait été commise par ses services lors du premier recensement. DemoSCOPE a corrigé les données et a mis à notre disposition des données pertinentes relevées dans l'étude MACH Consumer. Les résultats de 2017 ont toutefois dû être revus à la baisse.

Notre sondage de 2020 révèle que près de 5,1 % des habitants

de Suisse alémanique et de Suisse romande se définissent comme végétariens ou véganes. L'étude MACH Consumer réalisée chaque année confirme la tendance régulière à la hausse. Plusieurs enquêtes font le constat que les véganes seraient un peu moins de 1 % de la population, dont 75 % habitent en Suisse alémanique et 75 % sont des femmes.

Début 2020, plus d'un habitant de Suisse sur deux, dont une majorité de suisses-alémaniques, déclare aimer les animaux. Un tiers des sondés indique plutôt aimer les animaux. Seuls 4 % des

personnes interrogées affirment ne pas aimer les animaux du tout. Étonnamment, malgré la grande part de personnes déclarant aimer les animaux, l'effet sur les choix alimentaires reste infime. Les questions évoquant le V-Label ont, en revanche, donné lieu à des résultats très réjouissants : alors que 47 % d'habitants de Suisse déclaraient connaître le V-Label lors du premier sondage, ce chiffre a déjà grimpé à 60 % début 2020. Auprès des végétariens et des véganes, le V-Label atteint même un taux de notoriété de 85 %. Seuls 3 % des sondés de cette catégorie ont indiqué ne pas le connaître.

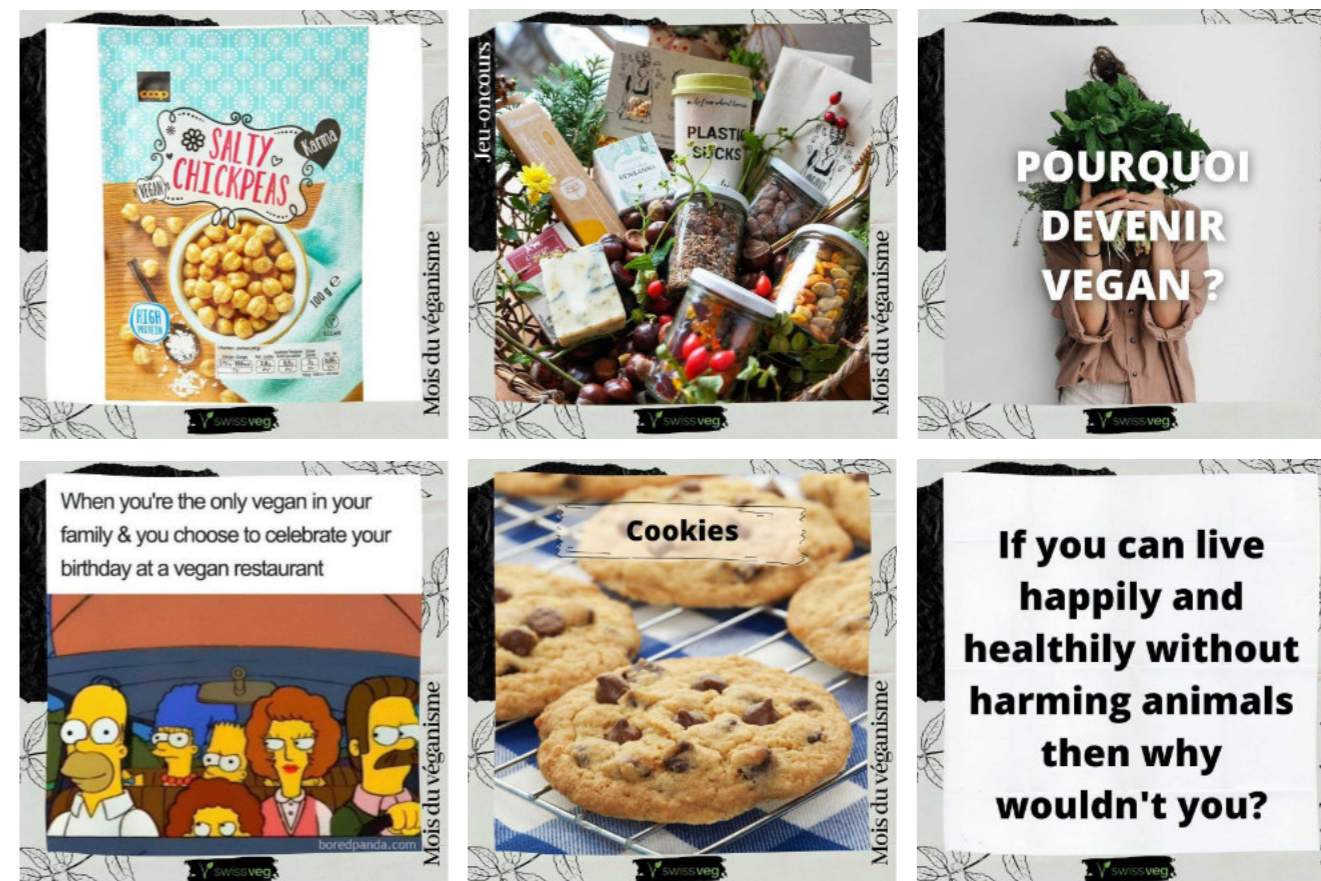


MOIS DU VÉGANISME

Le 1^{er} novembre 2020, nous avons célébré la Journée mondiale du véganisme. Pour la cinquième fois consécutive, Swissveg en a aussi fait le coup d'envoi du Mois du véganisme durant lequel nous invitons le plus de personnes possible à tester le mode de vie végane durant trente jours avec notre soutien. Ce faisant, nous nous sommes efforcés de proposer des contenus intéressants et divertissants aussi pour les membres de notre communauté qui sont déjà véganes. Ainsi nous avons posté des recettes, des défis, des informations et des questions adressées à la communauté, le tout en relation avec le véganisme. Nous avons en outre organisé neuf for-

midables tirages au sort pour lesquels nous remercions d'ailleurs Exurbe, Eva's Apples, Startkraft, Planted, New Roots, OHNI Thun, Iswari et Wild Foods, qui ont mis des prix à disposition et ont contribué au succès de l'opération sur les réseaux sociaux.

Le Mois du véganisme mobilise des ressources considérables en termes de temps et de planification principalement en raison des concours. Les préparatifs démarrent en août déjà, mais ces efforts portent leurs fruits : grâce à cette opération, nous avons pu gagner en notoriété et récompenser, d'une certaine façon, notre fidèle communauté.





UNIVERSITÉ DE BERNE : OBSERVATOIRE DE LA LANGUE

L'Observatoire de la langue offre aux experts, aux décideurs, ainsi qu'à toute personne intéressée un instrument pour développer un regard critique sur la langue véhiculée par leurs supports de réflexions. Swissveg a endossé un rôle de soutien actif et de conseiller auprès de Hugo Caviola, le responsable du projet de recherche Observatoire de la langue Mobilité et alimentation. L'Observatoire de la langue repose sur les méthodes de linguistique discursive les plus récentes en recherche linguistique et formu-

le ses résultats dans une langue accessible aussi aux non-spécialistes. En menant une réflexion sur l'usage qui est fait de la langue, il invite à une approche circonspecte et durable du thème de l'alimentation et facilite la communication entre les différents acteurs impliqués.

Les documents de références sont accessibles sur www.sprachkompass.ch (site uniquement en allemand).

PARLEMENT DE L'ALIMENTATION

Le parlement de l'alimentation croit en l'émergence d'un monde dans lequel les aliments sains produits selon des méthodes durables et socialement responsables seraient la norme et non l'exception. Il a été mis sur pied par Agriculture du futur, une organisation née d'un mouvement réunissant des activistes de Suisse alémanique et de Suisse romande dans le sillage notamment de la Grève du climat. Il rassemble un grand

nombre de personnes aux provenances les plus diverses dans le but de travailler ensemble à concrétiser la vision d'une agriculture socialement responsable, paysanne et suivant des principes agraires écologiques. Swissveg a été invitée à présenter un exposé sur le rôle que joue l'alimentation à titre individuel à l'occasion du webinaire de préparation et a contribué ainsi à la réflexion. www.agriculturedufutur.ch



SUPPORTS D'INFORMATION

Même si les occasions de remettre des supports d'information imprimés aux personnes intéressées étaient limitées en 2020, nous avons (ré)édité – avec compensation des émissions de CO₂ – une vaste palette de publications. Outre divers posters et autocollants en lien avec la campagne « Amis des animaux », nous avons remanié les versions française et allemande des dépliants sur le lait, la protection du climat et l'alimentation sans viande. Au fil des 28 années d'existence de Swissveg, le catalogue de supports d'information s'est considérablement étoffé. Ces prochaines années, un nouveau concept en la matière devra permettre de proposer aux personnes intéressées des informations pertinentes sous une forme plus compacte, plus structurée et plus accessible.



NOMBRE D'IMPRESSIONS

Autocollants de la campagne	7000
Affiches de la campagne	285
Autocollants GoVegan	500
Rapport annuel 2019	4000
Dépliant Protection du climat	2500
Dépliant Carnisme	2500
Dépliant Carnisme (fr)	1000
Dépliant Lait	5000
Dépliant Lait (fr)	1000
Dépliant Poulet (mal)sain (fr)	1000
Dépliant Arrête le poisson (fr)	1000
Flyer Application	1000
Flyer Téléchargement de l'appli	1000
Brochure Écologie (fr)	1000

TOTAL IMPRIMÉS

28 785

NEUTRALITÉ CLIMATIQUE

En 2020, Swissveg a de nouveau veillé à avoir un impact neutre sur le climat. La neutralité climatique est atteinte lorsque les émissions de gaz à effet de serre produites par notre travail sont compensées par le soutien apporté à toute une série de projets dédiés à la protection du climat. ClimatePartner propose un vaste choix de projets allant du traitement de l'eau potable au Kenya aux fermes éoliennes turques. Swissveg soutient le projet de centrales hydroélectriques des Virunga en république démocratique du Congo. Pour en apprendre davantage sur le sujet, rendez-vous sur www.swissveg.ch/climatiquement_neutre.



DANS LES MÉDIAS

Le suivi de l'actualité médiatique constitue une part importante de notre travail : nous assurons la veille des contenus publiés par les médias imprimés et en ligne et mettons tout en œuvre pour rectifier les déclarations erronées faites sur le véganisme. En 2020 aussi, nous avons été confrontés à la tendance des médias à prendre le parti de l'industrie du lait et de la viande, qui compte parmi les plus gros annonceurs et représente donc un levier financier considérable. Néanmoins, Swissveg a pu se positionner comme un interlocuteur compétent dans la défense des intérêts des végétariens et des véganes et a été contactée à ce titre par plusieurs journaux, radios et chaînes télévisées. Le sondage représentatif pour lequel nous avons mandaté DemoSCOPE ne pouvant être mis en relation directe

avec l'enquête réalisée trois ans plus tôt nous a malheureusement coûté la résonance médiatique que nous escomptions. Malgré tout, nous avons continué à susciter l'intérêt des médias, en particulier grâce à notre grande campagne nationale. Les représentants de la presse nous envoient par e-mail leurs demandes d'interview ou de précision sur le véganisme, le végétarisme, l'environnement, l'éthique animale et la santé.

Swissveg a été mentionnée et citée à plusieurs occasions dans les médias tels que 20 Minutes, NZZ, la télévision suisse alémanique ou dans des podcasts avec un retentissement non seulement national, mais aussi international.

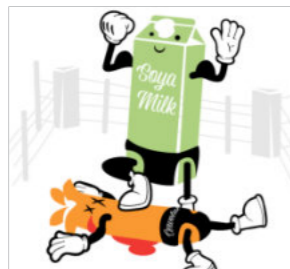
Les médias suivants ont parlé de Swissveg en 2020

20 Minuten



06.04.2020, 20 Minuten
Vegetarier warnen wegen Corona vor Fleischkonsum

10x10



20.03.2020, 10x10
Fleischlose Renditen

Annabelle



10.11.2020, Annabelle
10 Fragen und Antworten zum Fleischkonsum

Beobachter



26.06.2020, Beobachter
So klappt ein leichter Einstieg ohne Mängel

Bauernzeitung



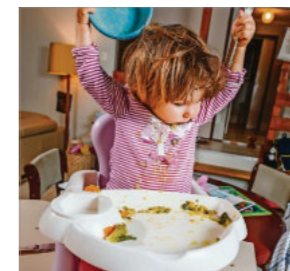
27.08.2020, Bauernzeitung
Ist eine vegane Wurst eine Wurst?

Bluewin



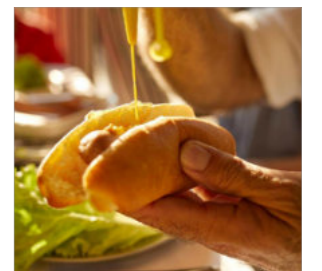
01.10.2020, bluewin
Fleischlose Ernährung liegt bei jungen Menschen im Trend

Der Bund



Der Bund
Veganes Essen für Kinder: Jetzt gibt's offizielle Tipps

Handelszeitung



13.07.2020, Handelszeitung
V-Love: Migros lanciert vegane Marke



14.07.2020, Bauernzeitung
Migros reagiert mit neuer Marke auf Vegi-Trend



15.12.2020, bluewin
Beleidigende Facebook-Einträge zu teilen ist keine gute Idee



Der Bund
Nestlé setzt noch stärker auf den veganen Trend



20.10.2020, Handelszeitung
Wie Anleger auf den Trend zum Pflanzenfleisch setzen können

AGF



01.10.2020, 20 Minuten
Isst du zum heutigen Welt-Vegi-Tag ein vegetarisches Menü?

AGF



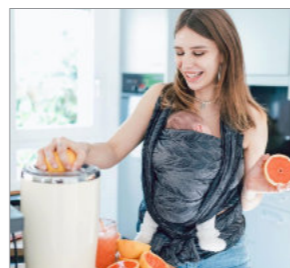
27.05.2020, agf.nl
131% van de Zwitsers eet geen of minder vlees en meer groenten

Argauer Zeitung



22.07.2020, Argauer Zeitung
Kritik von unerwarteter Seite: Den Veganern ist die Massentierhaltungsinitiative wurscht

Berner Zeitung



03.03.2020, Berner Zeitung
Veganes Essen für Kinder: Jetzt gibt's offizielle Tipps



24.09.2020, Bauernzeitung
Klima-Diskussionen auf dem Bundesplatz: Es fehlten die Bäuerlichen



02.01.2020, CDT
Dimagrire sì, ma... occhio alla salute

Giving Tuesday



Giving Tuesday
Heute ist #Giving Tuesday

Heidi News



10.06.2020, Heidi News
Les végans refusent-ils de recevoir de l'héparine, ...

Bilan



25.02.2020, Bilan
Etre végane tout en restant épicurien

Das Lamm



29.08.2020, Das Lamm
„Tsch-Tsch“: Toxische Grillade auf Kosten des Klimas

Gedankenröllchen



Gedankenröllchen (Podcast)
01.03.20, 20.02 Von Geld ...
30.08.20, 20.14 Von Abfall ...
27.09.20, 20.16 Von Bergen ...
07.11.20, 20.18 Von Fehlern ...

Horti Daily



01.06.2020, Horti Daily
Green Party wants Swiss government to subsidize vegetables

Impact Untangled



20.09.2020, Impact Untangled Episode 11: Danielle Cotten: Promoting a plant-based life-style in CH with Swissveg

Info Sperber



24.08.2020, Info Sperber Der Wolf hat Schwein, dass er keine Sau ist

Kath



14.05.2020, kath.net Impfstoff aus Zelllinien abgetriebener Föten?

Kyma



30.11.2020, Kyma Newsletter Fischereisubventionen – Was du dagegen tun kannst

La Regione



07.13.2020, La Regione Quelle quasi-bistecche di carne vegetale

L'illustré



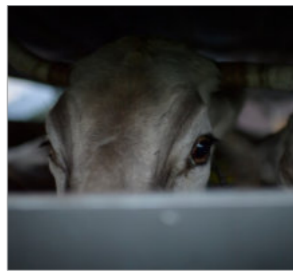
20.04.2020, L'illustré Tribune – COVID19 : Une place pour les animaux

Livekindly



17.07.2020, livekindly.co An Endangered Baby Black Rhinoceros In the Time of COVID-19

Luzerner Zeitung



27.07.2020, Luzerner Zeitung Kritik von unerwarteter Seite: Den Veganern ist die Massentierhaltungs-Initiative wurscht



31.10.2020, Luzerner Zeitung So vegan-freundlich ist Luzern & diese Luzerner setzen sich für Tierwohl ein

Nau



29.01.2020 Nau Meret Schneider (Grüne) will Videoüberwachung in Schlachthöfen



08.02.2020, Nau Bell und Micarna: Videoüberwachung der Schlachthöfe hilft



01.04.2020, Nau Vegan boomt bei Coop weiterhin



07.04.2020, Nau Können Hunde vegan ernährt werden?



29.04.2020, Nau Mehr vegan und vegetarisch bei Lidl Schweiz



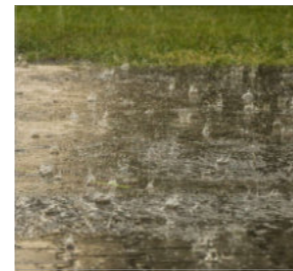
13.07.2020, Nau Migros lanciert neue Vegan-Offensive



17.07.2020, Nau Veganer finden Streit um Produktnamen von Fleischalternativen absurd



22.07.2020, Nau Rebel Whopper: Vegi-Burger mit Fleisch-Geschmack kommen besser an



08.08.2020, Nau Zoff um Wasserverbrauch bei Fleisch-Produktion



15.02.2020, NZZ am Sonntag Schweizer Fleischkonsum: Edler, dafür seltener



13.07.2020, Punkt 4 Info Migros führt Marke für Vegetarier ein

Radio Energy



07.02.2020, Radio Energy 3 Live Beiträge

Schweizer Bauer



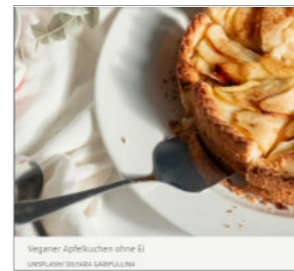
17.07.2020, Schweizer Bauer Vegi-Trend: Migros will mitmischen

Soaktuell

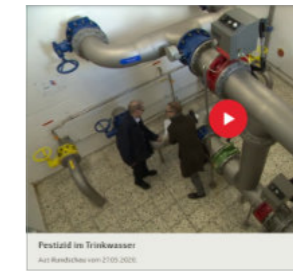


24.11.2020, soaktuell.ch Vegan und vegetarisch: Lidl Schweiz verdoppelt Umsatz

SRF



30.03.2020, Radio SRF 1 Vegan Backen: Kochen und Backen ganz ohne Ei



27.05.2020, SRF Pestizid im Trinkwasser - Grenzwert ums 22-fache überschritten

St. Galler Tagesblatt

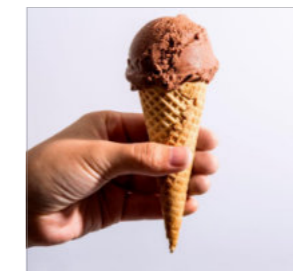


22.07.20, St. Galler Tagesblatt Kritik von unerwarteter Seite - Veganern ist Massentierhaltungsinitiative wurscht

Tages Anzeiger



03.03.2020, Tages Anzeiger Veganes Essen für Kinder: Ärger über Tipps des Bundes



08.08.2020, Tages Anzeiger Hafer statt Milch: Das Milliarden-geschäft mit veganen Glaces und Joghurts



23.09.2020, Tages Anzeiger Vegan-Supermarkt pfeift auf Masken & muss den Laden dichtmachen

Tele Basel



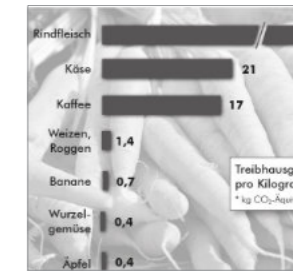
26.02.2020, Tele Basel Immer mehr Menschen leben vegan

Ticino Online



07.04.2020, Ticino Online Epidemie dovute al consumo di carne?

UGB



23.11.2020, UGB forum 6/20, Pflanzliches im Vorteil

Campagne

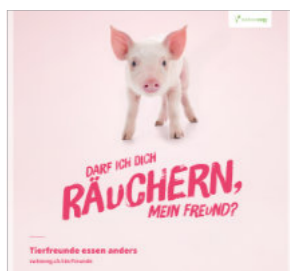


AI-JE LE DROIT DE TE JETER
SUR LE GRIL,
 MON BEAU ?

Les amis des animaux ne mangent pas comme ça

swissveg.ch/amis-des-animaux

Vegconomist



16.03.2020, Vegconomist
 Swissveg: Grösste Nutztier-
 kampagne der Schweiz ge-
 startet



09.06.2020, Vegconomist
 ProVeg-Studie sieht großes
 Potenzial für neue pflanzli-
 che Produkte auf den euro-
 päischen Märkten

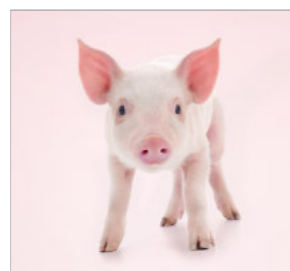


07.07.2020, Vegconomist
 Renato Pichler- Die ISO
 definiert «vegetarisch» und
 «vegan»



04.08.2020, Vegconomist
 COOP erweitert sein veganes
 Produktsortiment um weite-
 re pflanzenbasierte Eis-Vari-
 ationen

Vegi Pass



06.02.2020, Vegi Pass
 Tierfreunde essen anders!
 Die Swissveg Kampagne
 ist gestartet

Werbewoche



10.01.2020, Werbewoche
 Darf ich Dich räuchern,
 mein Freund? Swissveg lan-
 ciert Tierschutz-Kampagne

Zinfos 974



26.09.2020, Zinfos 974
 Végétaliser l'alimentation
 est une question de survie
 pour l'espèce humaine





« L'animal et sa raison d'être »

BILAN DE LA CAMPAGNE

Ils s'appellent Frida, Berta, Oskar, Felix, Hope, Karl, Shelly, Lotti, Alfons, Fredi, Lucy et Gustave. Ce sont les douze tendres protagonistes de notre campagne. Baptisés par les membres de notre communauté, ils représentent les 80 millions d'animaux brimés, exploités et sacrifiés chaque année en Suisse dans la filière de l'élevage industriel.



Tout au long de l'année 2020, notre campagne a dressé le portrait et présenté nos amis sous toutes leurs facettes. Saviez-vous que l'odorat du cochon est de loin plus performant que celui du chien ? Qu'en est-il des facultés mentales complexes de la pieuvre qui leur permettent d'apprendre par l'observation et d'utiliser des outils, les connaissiez-vous ? Auriez-vous pensé que le cheval était le mammifère terrestre aux plus grands yeux ? En 2020, nous avons mis à l'honneur l'animal et sa raison d'être et avons présenté ses besoins et ses caractéristiques. Avec nos affiches au ton provocateur nous voulions établir un lien émotionnel entre l'animal et l'observateur. Nos articles informatifs en français, en italien et

Voici tout ce qui a été mis en œuvre pour notre campagne

- 39 articles ont été rédigés en français, en italien et en allemand et publiés swissveg.ch
- 10 articles ont été rédigés en français et en allemand et publiés dans le Veg-Info
- 42 posters autour de nos 12 protagonistes ont été créés en 10 formats.
- plus de CHF 20 000 ont été récoltés sous la forme de dons ou de fonds de soutien pour la réalisation de la campagne.

Les posters ont été diffusés dans les villes suivantes

- sur 56 sites
- dans 19 villes
- de 15 cantons
- pour 4,6 millions de diffusions au total

GENÈVE
Olten
Lausanne
Brigue
Lugano
Bienne
Fribourg
BELLINZONE
St. Gall
Coire
Winterthour
Neuchâtel
CERLIKON
Aarau
Bâle
ZURICH
Zoug
Lucerne
Berne

La campagne a eu une large portée en ligne également. Les articles sur les douze espèces présentées ont été consultés 42 867 fois sur swissveg.ch

Nous souhaitons remercier ici chaleureusement Januar Designbüro pour son soutien lors de l'implémentation de la campagne.

en allemand sur les besoins des différents animaux avaient pour but d'amener la population suisse à réfléchir. La campagne « L'animal et sa raison d'être » et son slogan « Les amis des animaux ne mangent pas comme ça » rend floue la distinction artificielle communément faite entre les animaux domestiques d'un côté et les animaux de rente de l'autre et met en lumière ce que l'industrie de la viande cherche à dissimuler par le biais de campagnes publicitaires bien calibrées. Jamais personne n'oserait traiter un chien comme un cochon, alors même que leurs besoins et capacités sont similaires. Grâce à notre campagne, cette frontière entre espèces animales, fruit d'une construction mentale, a été mise à l'ordre du jour toute l'année.

Sur les réseaux sociaux, la campagne a généré le partage de plus de 400 publications et de près de 150 stories ayant chacune touché entre 5 000 et 25 000 personnes. Le poisson Karl, notre star de l'été, a battu tous les records d'audience sur Instagram où notre publication a enregistré à elle seule 45 000 vues. Bien que nous ayons reçu de nombreuses réactions par e-mail, courrier, téléphone, messages personnels et entretiens, l'impact



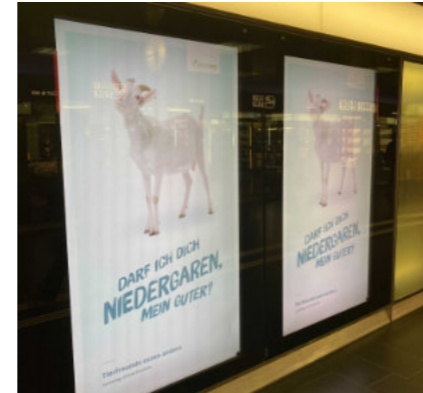
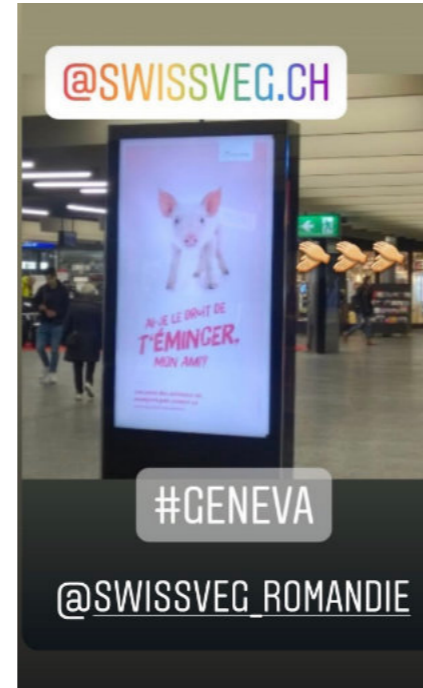
médiatique n'a malheureusement pas été à la hauteur de nos attentes. Nous supposons que la pandémie nous a ravi la vedette sur ce plan, même si le thème de la consommation de viande et de son lien avec les pandémies à l'échelle planétaire aurait mérité une attention d'autant plus grande : le tofu n'a en effet encore jamais déclenché de pandémie. De même, les mesures de lutte contre la propagation du virus édictées au printemps ont fortement limité la portée de notre campagne pourtant diffusée des millions de fois. Il n'était pas rare à cette période, de voir nos messages défiler sur les plus grandes surfaces publicitaires à disposition dans les principales gares de Suisse, comme à la gare centrale de Zurich, alors que celles-ci étaient désertes et que prati-





quement aucun voyageur ne circulait. En réaction, nous avons concentré nos efforts sur la diffusion massive de notre campagne en ligne afin d'attirer l'attention tant convoitée des internautes. De ce fait et contrairement à nos prévisions initiales, nous avons touché davantage les végétariens et les véganes que le grand public. Notre campagne a malgré tout permis d'enregistrer 400 nouvelles adhésions de personnes qui ont ainsi eu connaissance de notre travail et souhaitent nous soutenir.

Les campagnes d'information à très large diffusion publique nécessitent des ressources financières et humaines considérables sans qu'il soit toujours possible d'en mesurer clairement l'impact. Après avoir réalisé trois campagnes de ce type depuis « Poulet (mal)sain » en 2018 dédié à la santé, « Arrête le poisson » axée sur l'écologie en 2019 et « L'animal et sa raison d'être » autour de l'éthique en 2020, nous avons décidé de changer de cap l'an prochain et d'induire sciemment un changement sociétal en lien avec l'alimentation par l'introduction du « Veggieday ».



Images de la communauté



GIVING TUESDAY

Le Giving Tuesday a lieu directement après le Black Friday et le Cyber Monday. Créé en 2012 par l'organisation américaine 92nd Street Y et la United Nations Foundation, il a pour vocation de permettre la récolte massive de fonds. Contrairement au Black Friday et au Cyber Monday qui sont de véritables courses aux bonnes affaires et au shopping à outrance, Giving Tuesday met à l'honneur le don, la générosité et l'altruisme. Il s'est désormais bien établi dans plus de 150 pays dans lesquels il est organisé chaque année. Nous avons, cette année aussi, participé à cette journée de récolte de fonds : avec notre nouvelle campagne « Veggieday ». Pendant près d'un mois, nous avons présenté notre nouveau concept sur les réseaux sociaux à nos abonnés et à nos membres en les invitant à nous soutenir par leurs dons, comme il est d'usage lors du Giving Tuesday. Nous profitons de l'occasion qui nous est donnée ici de remercier toutes les personnes qui se sont montrées solidaires ce jour-là et ont largement soutenu financièrement le Veggieday.





2020 EN CHIFFRES

7 200 NOUVEAUX FANS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

21 demandes de la part de la presse

500 demandes écrites et 75 appels téléphoniques sur le véganisme, que nous avons tous traités et auxquels nous avons apporté des réponses

21 % DE CROISSANCE DU NOMBRE DE SUPPORTERS

35 000 abonnés sur les réseaux

48 demandes d'interviews et de la part d'étudiants, dont 5 travaux de master ou de bachelor impliquant un suivi rapproché pendant une certaine durée

1200 posts et 850 stories

35 nouveaux preneurs de licence V-Label et 838 nouveaux procédés certifiés

212 procédés certifiés pour le marché international et 22 nouveaux clients acquis

81 261 e-mails envoyés avec la newsletter

120 articles et publications rédigés pour le magazine Veg-Info

27 360 E-MAILS ADRESSÉS AUX PARTENAIRES ET AUX MÉDIAS

453 articles et publications publiés ou mis à jour sur www.swissveg.ch

18 événements, auxquels nous étions représentés en ligne ou hors ligne

Événements

ÉVÉNEMENTS 2020

À l'instar de nombreuses autres organisations, nous nous sommes vu dans l'obligation de revoir notre programme d'événements en 2020 : la majorité d'entre eux a été reportée voire tout simplement annulée.

Vu l'importance des contacts humains dans le travail d'information lié au véganisme, nous regret-

tons d'autant plus de n'avoir pu organiser que très peu d'événements en 2020. Alors que certaines rencontres ont néanmoins pu avoir lieu, d'autres ont dû être adaptées à un autre format comme le numérique ou reportées. Nous nous réjouissons donc énormément de nous atteler, avec beaucoup d'entrain et de motivation, à l'organisation de grands événements en 2021.

Semaine thématique ARD, Berlin

Danielle Cotten a été invitée à présenter les thèmes de la durabilité et du véganisme aux journalistes de la chaîne télévisée allemande ARD dans le cadre d'ateliers et d'une table ronde.

Table ronde, Musée d'Histoire de Berne

« Végétarien, bio, régional – Pouvons-nous changer le monde en changeant notre façon de manger ? »

Vegifest, Chur

Exposé sur le thème de la santé et du véganisme diffusé en live sur Instagram.

8th Swiss Green Economy Symposium

Swissveg a été invitée à participer au dialogue des parties prenantes des systèmes alimentaires de Suisse lors de l'édition 2020 du SGES, durant lequel elle a apporté son expertise de l'alimentation végétane.

Alternatiba Léman

Le festival Alternatiba né d'un mouvement citoyen désireux d'attirer l'attention sur les catastrophes climatiques a repris ses quartiers au Parc des Bastions.

Agriculture du futur

À l'occasion de son webinaire, le Parlement de l'alimentation a invité Swissveg à s'exprimer sur le rôle que joue l'alimentation individuelle dans l'économie alimentaire, l'agriculture et la politique suisses.

Congrès des consommateurs de Migros

Swissveg était au congrès des consommateurs de Migros. Nous saluons le fait que les thématiques de l'alimentation végétale et des substituts aux produits animaux aient pris une place d'importance dans l'agenda.



25.01.

Atelier avec Niko Rittenau, Volkshaus Zürich
Niko attire les foules, non seulement pour l'étendue de son savoir en sciences de la nutrition, mais aussi pour le capital sympathie dont il jouit. Sans surprise, l'atelier a fait salle comble. L'enregistrement de l'événement est disponible sur [swissveg.ch/youtube](https://www.swissveg.ch/youtube)

30.01.



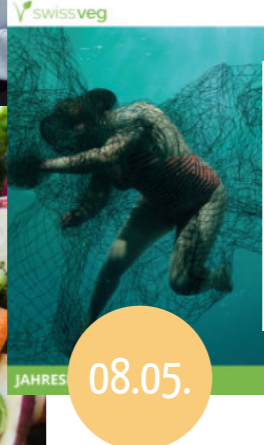
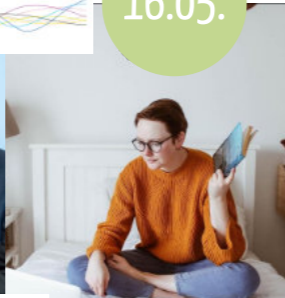
19.02.

«Stadtgmües» Winterthour Dialogue

03.03.

Bernisches Historisches Museum
Musée d'Histoire de Berne

16.05.



08.05.

AG en ligne de Swissveg

Pour la première fois depuis la création de Swissveg, l'assemblée générale a dû se tenir en ligne. Après avoir reçu notre présentation et le rapport annuel en amont, tous les membres ont été invités à participer à une vidéo-conférence Google pour poser leurs questions.

19.08.

Entretien spécialisé B'VM, Berne

Swissveg tisse un réseau d'échange dans la branche des ONG afin d'acquérir des pratiques d'excellence et de poursuivre son développement.



10.09.

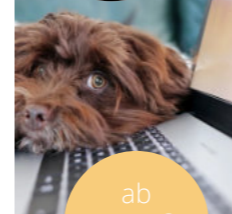
EVU Meeting

L'assemblée générale de l'Union végétarienne européenne (UVE) s'est tenue en ligne. Outre les affaires courantes, l'ordre du jour prévoyait également l'élection du comité : Renato Pichler, président de Swissveg a été reconduit dans ses fonctions. Simone Fuhrmann, vice-gérante de Swissveg a également été élue au comité de l'UVE.

01.09.



02.09.



ab 10.09.

V-Label international Meeting

Au cours de trois jours d'échange avec plus de 50 participants de plus d'une demi-douzaine de pays partenaires, divers sujets ont été abordés afin de garantir le maintien de standards de qualité élevés au niveau international.

ab 21.09.



Vegan Festival Zurich HB

Le Vegan Festival organisé à la gare centrale de Zurich a rencontré un franc succès. Aux côtés des nombreux stands proposant des délices véganes, Swissveg était présente avec son propre stand.

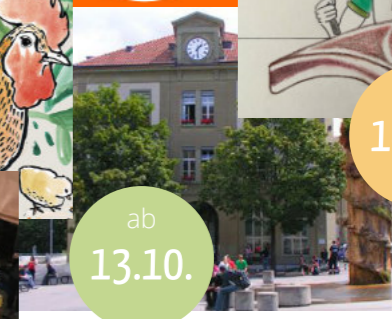
06.10.



Vegan Messe Bâle

C'est l'Elisabethenkirche qui a abrité la deuxième édition de ce festival. Les visiteurs y ont découvert des produits cosmétiques, des articles de plage et de délicieux plats à déguster. Le tout végétane et accompagné de musique live.

04.11.



14.12.

Atelier à la NMS, Berne

Durant deux jours, Swissveg a sensibilisé les gymnasiens de la NMS Berne aux interactions écologiques de leurs choix de consommation en proposant un atelier sur l'alimentation dans le cadre de leurs cours de géographie.

Atelier à l'Observatoire de la langue, université de Berne

Swissveg a conseillé et épaulé Hugo Caviola, le responsable du projet de recherche de l'Observatoire de la langue Mobilité et alimentation, dans la rédaction du volet du rapport consacré à l'alimentation.

Économie & politique



ENGAGEMENT POLITIQUE

La pandémie a mis en évidence à quel point les décisions politiques pouvaient influencer sur la cohabitation sociale de l'ensemble de la population. En effet, les bases légales autorisent les milieux politiques non seulement à fermer des pans entiers de l'économie, mais aussi à en promouvoir d'autres. Ainsi, en pleine crise sanitaire, le Conseil fédéral a alloué des millions de francs de deniers publics supplémentaires à l'industrie de la viande. Swissveg observe le monde politique de près et tente, partout où cela s'avère possible, de faire valoir les intérêts de la population qui refuse cette politique de promotion unilatérale des filières de la viande, du lait et des œufs. Nous participons à des consultations (comme ce fut le cas dans le cadre du contre-projet du Conseil fédéral à l'initiative contre l'élevage intensif en Suisse) et défendons des initiatives telles que l'initiative pour une eau potable propre à laquelle nous

avons apporté notre soutien dès le début. En 2021, nous renforcerons notre engagement politique tout en espérant pouvoir, avec le soutien de notre cercle de sympathisants, permettre à l'initiative pour une eau potable propre d'être acceptée par le peuple, ce qui porterait un premier coup dur à l'élevage intensif en Suisse. La pétition intitulée « Halte au subventionnement de la publicité pour la viande » que nous avons déposée à la mi-2019 en collaboration avec l'association Pour une Suisse sans fabriques d'animaux a été mise à l'ordre du jour des débats de la Commission de l'économie et des redevances en octobre 2020. Le texte de la pétition veut mettre fin à la possibilité de soutenir la publicité en faveur de la viande avec de l'argent public. Notre texte a malheureusement été rejeté par 15 voix contre 10, mais nous continuerons toutefois de faire entendre notre propre voix sur ce sujet.

AGRICULTURE BIO VÉGANE

La conviction selon laquelle l'agriculture durable ne peut se passer de matières fécales animales produites par l'élevage est toujours fortement ancrée. Swissveg s'efforce de faire en sorte que ce mythe appartienne bientôt au passé. En coopération étroite avec les organisations allemandes Förderkreis Biozyklisch-Vegane Anbau e.V. et International Biocyclic Vegan Network, nous

nous employons à diffuser le savoir-faire de l'agriculture bio végane en Suisse. Dans le même temps, nous soutenons les agriculteurs qui ont déjà fait le pas et qui, par exemple, produisent des boissons à base d'avoine au lieu de lait de vache. Dans cette optique, nous avons aménagé dans nos locaux un point de retrait Reform'd pour le lait d'avoine d'un ancien producteur laitier. En

2021, la coopération avec les milieux de l'agriculture biocyclique végétalienne allemande devrait encore se resserrer.



« VÉGÉTALIEN » ET « VÉGÉTARIEN » DANS UNE NORME ISO

L'an dernier, l'Organisation internationale de normalisation (ISO) a fixé la définition des termes « végétalien » et « végétarien ». Celle-ci sera publiée début 2021. Renato Pichler, président de Swissveg, a été invité à participer aux réunions de l'ISO en qualité de représentant de l'Union végétarienne européenne (UVE) et de V-Label GmbH. Les longs débats auxquels des représentants économiques de plusieurs pays ont également participé ont finalement abouti à un bon résultat. Une seule voix contraire s'est manifestée lors du vote final qui réunissait 74 pays. Un succès considérable compte tenu du très court laps de temps à disposition pour la rédaction d'un document d'une telle portée internationale. Pour la définition des termes en question, l'ISO s'est fondée sur celle, très précise, donnée par l'UVE et V-Label. Elle aussi structurée comme une association au même titre que l'UVE et Swissveg, l'ISO jouit d'une grande renommée internationale. Les pays qui reprennent les normes qu'elle a définies sont légion puisque les normes ISO sont rédigées par des experts et largement ancrées dans les milieux économiques. Tout fabricant de produits alimentaires actif sur le marché international se voit limité dans ses activités lorsqu'il n'existe aucune norme internationale pour un terme qu'il souhaite voir figurer sur l'emballage de ses pro-

duits. Nous avons d'ores et déjà rencontré cette difficulté dans le cadre de nos travaux de certification V-Label de produits destinés au marché latino-américain : une région d'Argentine a ainsi refusé d'autoriser un produit qui portait la mention « vegan » sur l'emballage malgré le fait qu'il était distribué par un très grand groupe. Dans de tels cas, pouvoir faire référence à une norme ISO officielle permet souvent de contrer des mesures arbitraires prises par certaines autorités.

Une définition claire sert l'ensemble du mouvement, et ce à l'échelle globale, alors qu'une définition floue aurait nui à tout le monde. Une définition trop restrictive aurait eu pour conséquence la frilosité des fabricants, qui auraient rechigné à vouloir désigner un produit comme végane ou végétarien et auraient employé d'autres termes. C'est pourquoi il nous importait de pouvoir exercer une influence positive sur le processus menant à la définition de ces termes, au risque de voir de nouveaux labels concurrents émerger à l'avenir. Le V-Label restera malgré tout le label de référence de la communauté végane et végétarienne. Nous sommes convaincus que le V-Label saura maintenir sa position face à de nouveaux labels purement commerciaux imitant le nôtre.

Projets



V-LABEL

Le projet à succès V-Label a encore connu une très bonne progression en 2020. En Suisse, 35 preneurs de licence ont rejoint la liste des entreprises déjà titulaires et 838 procédés de fabrication ont fait l'objet d'une certification. À l'étranger, le nombre de nouveaux preneurs de licence s'élève à 22 pour 212 procédés de fabrication nouvellement certifiés. Swissveg continue de prendre en charge la certification dans les pays ne comptant encore aucun partenaire local.

Nous avons pu confier la réalisation des audits à deux partenaires professionnels externes, bio.inspecta et SGS, avec qui nous avons conclu un contrat de coopération qui démarrera sur les chapeaux de roues en 2021.

Nous poursuivons et avons renforcé nos échanges réguliers avec des chaînes de la grande distribution telles que Migros, Coop, Lidl et Aldi.

Le volume de travail restant durablement élevé, nous avons pu engager une collaboratrice supplémentaire en août et avons publié une autre offre d'emploi en décembre pour une entrée en fonction en 2021. La charge de travail étant également intense à l'international, nous avons aussi investi beaucoup d'heures dans le soutien et la coordination des équipes en charge. La réunion annuelle avec les partenaires internationaux s'est avéré être une grande réussite, malgré le nouveau format : en ligne et sur trois jours.

L'APPLICATION SWISSVEG

Depuis fin mars 2020, l'application gratuite de Swissveg est téléchargeable depuis l'Apple Store et Google Play. Elle contient tous les anciens numéros du Veg-Info ainsi que les rapports annuels, des supports d'information et du matériel de campagne. Le choix de langue simplifié permet à tous les utilisateurs d'accéder aux contenus, qu'ils soient de langue française, allemande voire italienne ou anglaise. La fonction de recherche en haut à droite permet de retrouver précisément des contenus comprenant le terme saisi. L'application a été téléchargée 1653 fois cette année.

En outre, les membres, abonnés et les donateurs reçoivent un code d'activation leur permettant d'accéder en ligne au dernier numéro du Veg-Info. Celui-ci leur est communiqué par un e-mail séparé et peut être saisi aussi bien dans l'application que dans le navigateur. Pour le moment, certains sup-

ports d'information ne s'affichent pas encore correctement en raison de formats DIN-A incompatibles. Les textes sont certes lisibles après ouverture, mais l'aperçu centré des dépliants n'est ni attrayant ni représentatif. À titre de solution transitoire, nous avons créé des pages de garde pour les dépliants nouvellement ajoutés. Cette opération devra dorénavant être effectuée pour tous les supports.

Bien que nous ayons surmonté les difficultés rencontrées au lancement et que les retours sont unanimement positifs, nous constatons que l'application n'enregistre pas le succès que nous escomptions. De plus, l'annulation de nombreux événements nous a ôté des occasions de la présenter en personne. Nous partons du principe que nous pourrions combler ce manque de notoriété en mettant à profit les futurs événements, lorsqu'ils pourront avoir lieu.

VEG-INFO

Le magazine de Swissveg intitulé Veg-Info existe depuis 24 ans. En 2020 aussi, nous avons publié quatre numéros, en français et en allemand, de l'unique revue suisse consacrée aux végétariens et aux véganes. Outre les articles spécialisés, les actualités autour du V-Label, les recettes à s'en lécher les babines et bien d'autres contenus publiés en exclusivité, Veg-Info a fait la part belle à la campagne « L'animal et sa raison d'être » tout au long de l'année. Les quatre protagonistes principaux, à savoir le cochon, la poule, le veau et le mouton, ont ainsi fait la une et ont été présentés sous toutes leurs facettes dans les dossiers dédiés. Comme annoncé, la version française du Veg-Info 2020 est parue exclusivement au format électronique. Grâce à la liberté qu'offre le numérique en termes de nombre de pages, nous jouissons d'une flexibilité accrue dans la traduction des articles et pouvons de ce fait proposer davantage de contenu à nos lecteurs. Le chapitre L'application Swissveg vous en apprendra davantage sur le sujet. La version allemande du magazine, quant à elle, comprend toujours 52 pages et

est imprimée sans impact sur le climat. Tous les numéros de Veg-Info sont consultables en ligne sous <https://www.swissveg.ch/veginfo?language=fr> (Toutes les éditions) ou via l'application de Swissveg.

Indépendamment des événements qui ont marqué le monde, le Veg-Info a lui aussi connu des moments clés en 2020. En mars, le numéro de printemps a malheureusement dû annoncer le départ de Bernadette Raschle, rédactrice en cheffe, qui avait travaillé 14 ans chez Swissveg. Nous profitons de l'occasion qui nous est donnée ici de remercier cordialement Bernadette de l'engagement dont elle a fait preuve à de nombreux titres et de lui souhaiter le meilleur pour son avenir tant professionnel que privé. Nous avons également été très heureux d'accueillir Katherina Schäffner qui la remplace et dont l'entrée en fonction a été compliquée par les mesures sanitaires. Malgré une introduction à distance, Katherina a su reprendre le flambeau et mettre sous presse les numéros Veg-Info suivants.



Évolution





RÉSEAUX SOCIAUX

En 2020, nous avons de nouveau élargi notre présence sur les réseaux sociaux. Notre page Facebook est suivie par 14 150 fans alors que notre profil Instagram a vu son public passer de 11 300 abonnés en début d'année à 17 000 abonnés en fin d'année. Nous constatons qu'un nombre croissant d'internautes décident de nous soutenir et de devenir membres de Swissveg suite à nos activités sur les réseaux sociaux. Nous avons poursuivi sur la lancée de 2019 et avons élargi notre communauté, notamment en Suisse romande où notre profil Instagram comptait 640 abonnés en début d'année et touchait 1100 utilisateurs fin 2020. Notre page Facebook Swissveg Romandie est désormais suivie par 1575 personnes, 125 de plus par rapport à l'année précédente. Nous prévoyons d'intensifier notre suivi des canaux romands et de publier plus d'informations locales afin d'augmenter l'attractivité de notre profil pour les Romands.

De plus, nous avons lancé un canal de chat Telegram afin d'offrir une plateforme d'échange aux membres de notre communauté, qui sont d'ores et déjà au nombre de 164. Au vu du succès rencontré en 2020 par TikTok, désormais un incontournable parmi les réseaux sociaux, nous avons également ouvert un compte TikTok en août. Nous le mettrons davantage

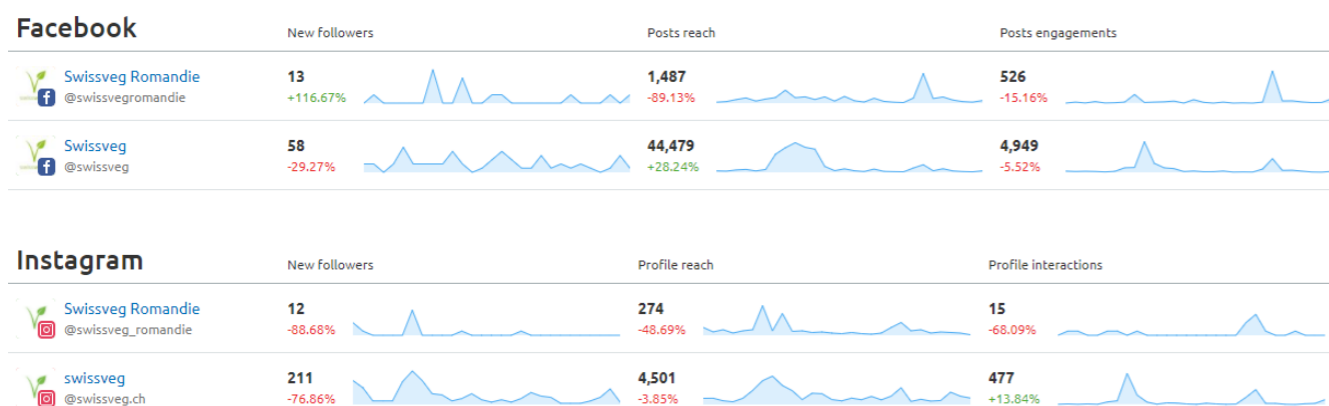
en avant l'année prochaine afin d'atteindre un public plus vaste.

Depuis 2020, nous faisons également revivre notre compte Pinterest sur lequel nous publions de nouvelles recettes. Sur Pinterest aussi, nous entendons être plus actifs en 2021 et publier davantage de recettes.

En quoi consiste notre activité sur les réseaux ?

Nous mettons à profit notre forte présence en ligne pour soutenir nos abonnés végétariens et véganes de multiples manières. Nous recommandons des recettes, donnons des conseils pour faire face à l'omniprésence de l'exploitation animale et offrons un espace d'échange mutuel dans les commentaires par exemple. Ces dernières années, les réseaux sociaux sont devenus un outil très utile pour appeler à la mobilisation lors de manifestations ou pour transmettre des informations sur les thématiques les plus diverses. Ainsi, nous les avons utilisés, par exemple, pour attirer l'attention sur le lien entre l'élevage industriel et l'émergence de nouvelles maladies.

Nous présentons à nos followers de nouveaux produits véganes et profitons de cette tribune en ligne



pour diffuser le plus largement possible de bonnes nouvelles et reprendre les sujets quelque peu oubliés ou rectifier des informations partiales ou erronées circulant dans les médias. C'est avec un post Facebook sur les statistiques d'abattage de 2019 que nous avons touché le plus grand nombre de personnes en 2020, à savoir 18 360. Le post a été partagé 140 fois. Sur Instagram, en revanche, c'est une publication présentant trois sortes d'alternatives véganes au fromage nouvellement disponibles à Migros qui s'est révélée la plus populaire : elle a enregistré 13 300 vues, 1220 likes et a incité 77 personnes supplémentaires à nous suivre.



Twitter ayant une résonance minime par rapport à Instagram, nous l'avons à nouveau très peu utilisé en 2020. En revanche, nous avons considérablement augmenté notre portée sur la plate-forme de réseautage professionnel LinkedIn sur laquelle nous avons pour la première fois touché plus de 1000 personnes.

Sur notre chaîne YouTube, www.swissveg.ch/youtu-be, nous avons publié une série d'entretiens avec le coach fitness Tom Thoma de Elemental Training et Danielle Cotten de Swissveg. Sont venus s'ajouter à cela plusieurs comptes rendus d'événements et différentes interviews. Actuellement, notre chaîne compte 380 abonnés.

Suivez-nous !

Facebook
@swissveg
@swissvegromandie

Instagram
@swissveg.ch
@swissveg_romandie

TikTok
@swissveg.ch

Twitter
Swissveg_ch

LinkedIn
Swissveg

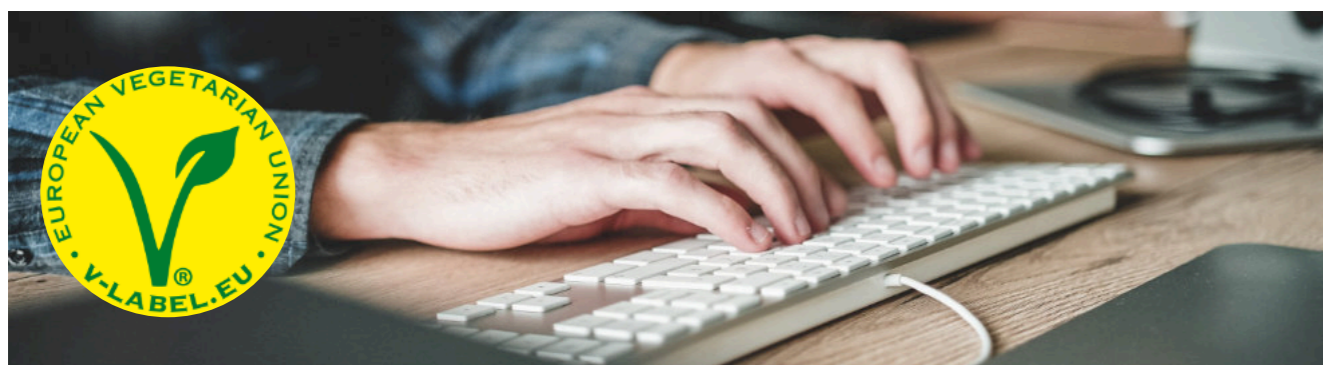
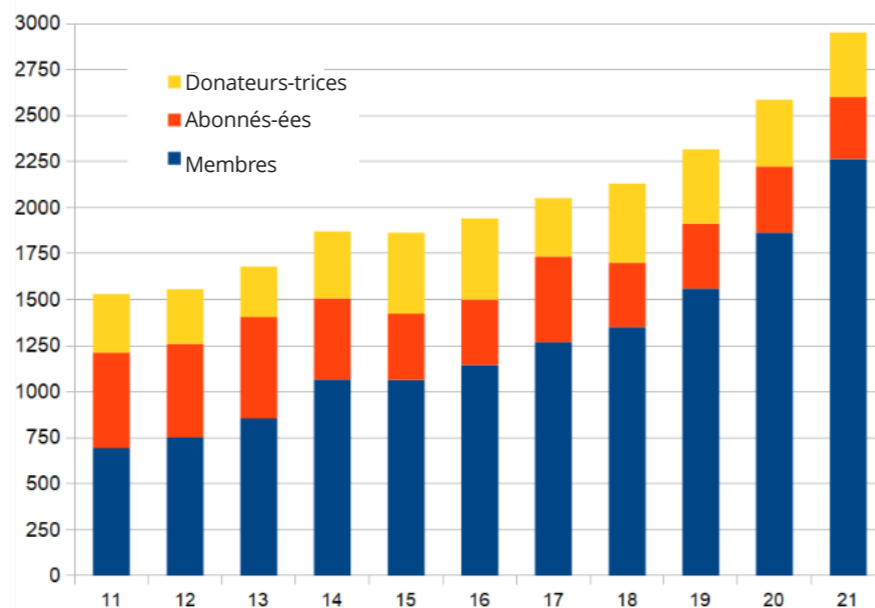
Pinterest
Swissveg

YouTube
Swissveg

Telegram
Swissveg Community
Communauté Swissveg

MEMBRES ET DONATEURS

Malgré l'annulation de nombreux événements, nous sommes parvenus, l'an dernier, à atteindre plus de personnes que jamais, et ce grâce à notre campagne en faveur des droits des animaux principalement. Le nombre de nos membres a ainsi augmenté de 21 % en seulement un an. Outre par les membres, notre travail est également soutenu par 3330 donateurs privés (état au 01.01.2021) auxquels s'ajoutent plusieurs entreprises qui soutiennent Swissveg soit en tant que membre entreprise, soit en tant que partenaire Swissveg Card.



LOGICIEL V-LABEL

Depuis le lancement du projet V-Label par Swissveg en 1996, notre secrétariat utilisait une banque de données développée en propre et hébergée localement. Au vu de l'expansion du V-Label, non seulement en Europe, mais aussi sur les autres continents, il était devenu indispensable de trouver une autre solution. Après plus de 20 ans, nous avons donc migré notre système de gestion des certificats V-Label vers une infrastructure en ligne. La Grèce a fait œuvre de pionnière en utilisant le nouveau logi-

ciel V-Label pour ses travaux de certification dès 2020. Après les expériences positives recueillies, nous sommes prêts à étendre la solution à d'autres pays en 2021. Le logiciel en ligne apporte plusieurs avantages : il facilite le travail de certification dans les différents pays et offre une myriade de fonctions supplémentaires qu'il aurait été très compliqué de mettre en place sur toutes les bases de données locales. Il s'agit, par exemple, de statistiques précises sur les produits certifiés et leurs

catégories ou des requêtes en ligne concernant l'ensemble des produits V-Label.

En sa qualité de coordinatrice du V-Label à l'échelle mondiale, Swissveg a pris la responsabilité du développement du logiciel dédié. De cette façon, elle peut garantir la mise en service d'un logiciel adapté dans les meilleurs délais et auprès des quelque 30 pays administrant le V-Label. Ce projet informatique d'envergure nous tiendra occupés encore toute l'année.

Perspectives



LE VEGGIEDAY

En 2021, nous lancerons notre campagne Veggie-day. Nous inciterons les villes, les communes et les entreprises actives dans le catering à ne pas servir de plats à base de viande dans les cantines des institutions publiques le jeudi. Le menu sera donc végétarien ou végane une fois par semaine. Les consommateurs n'en seront pas moins heureux, car l'accent sera mis sur le goût, la variété et la qualité des aliments. Le Veggie-day a pour vocation d'ouvrir le dialogue, d'apporter du plaisir et de donner envie d'aller plus loin dans la démarche.

Avec cette campagne, nous visons d'une part à réduire la consommation de viande en Suisse et d'autre part à inviter les jeunes et les adultes de Suisse à réfléchir à leur propre consommation de viande. Les plats véganes ou végétariens auront donc l'exclusi-

tivité une fois par semaine dans certaines cantines du pays. La visibilité du mode de vie 100% végétal n'en sera que plus grande. Afin de concrétiser cette vision, nous collaborerons avec des villes, des communes, des entreprises actives dans le catering, des cuisiniers et des experts du domaine. Pour en apprendre davantage, rendez-vous sur www.veggieday.ch.



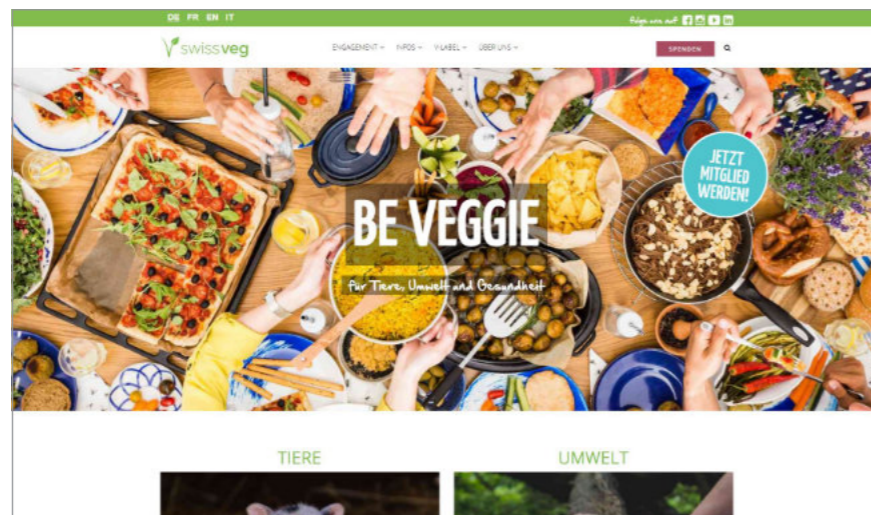
NOUVEAU SITE WEB

Le site Swissveg actuel a pris de l'âge et ne répond plus aux standards en vigueur. Les adaptations même simples de la présentation s'avèrent très compliquées et coûteuses. De plus, la version actuelle de Drupal, le système de gestion du contenu sur lequel repose le site, ne sera bientôt plus soutenue, ce qui induit également une prise de risque en termes de sécurité. Une mise à niveau s'imposait donc. Nous avons décidé de profiter de cette occasion pour moderniser notre site dans son intégralité et d'adapter la présentation. En réponse à l'usage de plus en plus fréquent du smartphone par les internautes nous avons opté pour l'approche « mobile first ». Comme son nom l'indique, il s'agit d'optimiser la présentation des pages en priorité en vue d'un affichage mobile plutôt que pour les écrans de plus grande taille.

Le concept visuel a été développé grâce à des ressources internes sous la direction de Martin Schaffner, notre informaticien. Le fait que le contenu des pages Swissveg est très dense et que le tout est démultiplié par autant de langues, il était hors de question d'envisager un transfert manuel. De plus, le multilinguisme a constitué un véritable défi dans le

cadre de cette migration, puisque Drupal n'offre pas de solution toute faite pour cela. La migration a donc été confiée à une entreprise externe. En revanche, les modifications techniques, notamment dans la liste des restaurants et le recueil de recettes ont été effectuées en interne.

www.swissveg.ch



PROJETS ET OBJECTIFS

Alors que nous rédigeons le présent rapport annuel, le Conseil fédéral annonce un durcissement des mesures de protection contre la propagation du coronavirus. Durant toute cette période de pandémie, nos dirigeants n'ont pour ainsi dire jamais évoqué l'origine de ces dangereux virus, à savoir l'usage intensif des antibiotiques dans les élevages et la consommation de viande d'animaux sauvages. Le monde politique ne s'intéresse pas plus aux raisons qui font que nous comptons autant de personnes appartenant aux groupes dit de personnes vulnérables (atteintes de diabète de type 2, souffrant d'hypertension ou sujettes à l'obésité). Serait-ce dû au fait que ces maladies, dont le lien avec une consommation élevée de produits d'origine animale n'est plus à prouver, sont indirectement induites par les fonds que le Conseil fédéral injecte dans la publicité en faveur de la viande à coup de milliards prélevés dans les caisses publiques ? Swissveg a décidé de consacrer 2021 à son engagement politique. Les mesures restrictives édictées durant la pandémie ont réveillé les consciences. Nous mettrons à profit cette période marquée par le changement pour attirer l'attention sur les conséquences environnementales de la production et de la consommation de produits d'origine animale. Les politiciens ne pourront plus fermer les yeux sur ces répercussions multiples et globales. Nous nous efforcerons aussi de multiplier nos efforts dans la promotion de l'agriculture biovégane, afin de montrer qu'elle représente une alternative non seulement praticable mais aussi durable aux méthodes actuellement enseignées dans les écoles d'agriculture de toute la Suisse et qui impliquent un recours massif à l'élevage et au lisier des animaux. Cette année, nous entendons faire aboutir un autre

projet démarré en 2020 : la mise à niveau de notre site swissveg.ch. Ce site de référence sur les sujets que nous défendons compte plusieurs milliers de pages rien qu'en allemand. Cela représente un défi colossal. Nos visiteurs auront toutefois le plaisir de découvrir notre nouveau site totalement remanié très bientôt.

Il y a plusieurs années, nous avons lancé le projet d'une journée végétarienne par semaine. À l'époque, seul un petit nombre d'organisations que nous avons contactées s'étaient montrées disposées à faire le pas et à introduire une journée sans viande. Le monde politique notamment avait accueilli nos demandes avec réticence. Au fil des ans, le contexte a toutefois évolué en notre faveur. C'est pourquoi, nous relancerons le projet cette année sous le nom de Veggie-day avec davantage de moyens.

Notre projet V-Label continuera bien évidemment de jouer un rôle central en 2021 puisqu'il facilite les courses pour un grand nombre de personnes. Nous axons cette année notre activité sur les articles de la catégorie non alimentaire. Le cercle des entreprises misant sur des produits durables, plus sains et sans souffrance animale et qui investissent dans la fabrication d'alternatives à la viande et aux produits laitiers ne cesse de croître. Plus de 350 entreprises suisses misent sur le V-Label. Nous renforcerons notre action au niveau politique pour donner davantage de poids à ces entreprises dans la société et auprès des décideurs. Tous ces projets n'existent que grâce à toutes celles et à tous ceux qui adhèrent à nos objectifs et qui, pour cela, deviennent ou sont devenus membres de Swissveg.



DEVIENS
MEMBRE!

ENSEMBLE POUR UN MONDE VÉGÉ

Soutenez Swissveg maintenant et renforcez activement le mouvement végane/végétarien en Suisse.

www.swissveg.ch/soutenir_Swissveg

2021-03 • 1. édition