



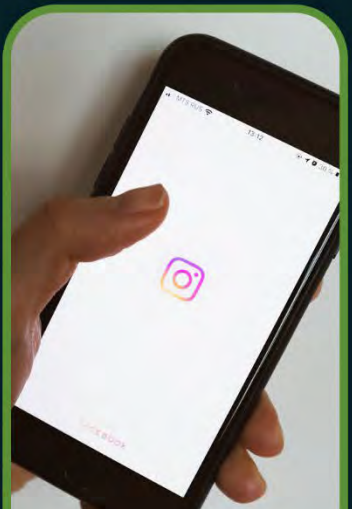
Le Standard International des
Produits et Services Véganes

Kit Client

Vers une **Stratégie Marketing Réussie** :
Votre guide communication avec **EVE Vegan®** 



2023



Sommaire

1. L'Essentiel :

Promouvoir vos engagements et votre certification EVE Vegan® avec succès

2. Communication & Distribution :

Atteignez et fidélisez votre cible de consommateurs grâce à une meilleure compréhension de leur profil

3. Le Packaging :

Faites briller votre marque auprès des consommateurs avec EVE Vegan®

4. Les Mentions :

Conseils pour des messages percutants sur vos divers supports de communication

5. Etude de cas :

Découvrez les exemples inspirants de communication végane réussie de nos clients

6. Ressources Clés :

Explorez et approfondissez vos connaissances sur le véganisme et la communication végane

7. Conquérir de Nouveaux Marchés :

Comment adapter votre communication internationale avec succès

Bienvenue dans le Kit Client EVE Vegan®

Votre guide complet pour une communication efficace et responsable de la certification végétane.

Chez EVE Vegan®, nous sommes fiers de notre engagement en tant qu'organisme de certification. En choisissant la certification EVE Vegan®, vous faites un geste fort vers l'avenir et rassurez vos consommateurs quant à la totale conformité végétane de vos produits alimentaires, cosmétiques ou textiles. Vous rejoignez aussi une communauté d'entreprises et d'usines soucieuses de vivre en harmonie avec la nature et ses animaux mais aussi innovantes sur le plan sociétal.

Vous venez de recevoir votre certification EVE Vegan® et vous souhaitez communiquer à ce sujet ? Votre entreprise doit pouvoir « tirer les bénéfices » de ce nouvel atout. Pour cela, il est (parfois) nécessaire d'adapter votre communication.

Ce kit client a été élaboré dans le but de vous accompagner dans l'amélioration de votre communication. Que vous soyez une entreprise, un distributeur ou un producteur, notre objectif est de vous fournir les outils nécessaires pour mettre en valeur votre certification EVE Vegan®. Cela vous permettra d'exprimer de manière transparente et claire vos engagements éthiques à la fois auprès des consommateurs et de vos parties prenantes.

Au fil de ce kit, vous découvrirez des conseils stratégiques, des ressources pratiques et des exemples inspirants pour améliorer votre communication et maximiser les avantages de votre collaboration avec EVE Vegan®. De l'application du logo sur votre packaging, en passant par des conseils sur le wording à privilégier, nous avons rassemblé toutes les informations dont vous avez besoin pour vous démarquer sur le marché. Nous vous invitons à parcourir ce kit avec enthousiasme et à tirer parti de ces ressources pour développer votre visibilité. Sentez-vous libres d'optimiser vos supports de communication selon vos besoins spécifiques !

Afin de faciliter votre lecture, nous avons structuré notre kit en plusieurs parties détaillant les points essentiels à prendre en considération.

*EVE Vegan® vous accompagne dans votre chemin vers la réussite et le changement positif.
Ensemble, nous pouvons faire la différence vers un monde meilleur !*

L'équipe EVE Vegan®

1. L'Essentiel :

Promouvoir vos engagements
et votre certification EVE Vegan® avec succès



La certification EVE Vegan® joue un rôle essentiel dans la promotion de vos engagements éthiques et environnementaux. Elle garantit à vos clients et à vos partenaires commerciaux que vos produits et services respectent les normes strictes du véganisme. Lorsque vous communiquez sur votre certification végétane, vous renforcez la confiance de vos consommateurs et vous vous différenciez par rapport à vos concurrents sur votre secteur d'activité. C'est pourquoi nous vous conseillons de communiquer largement sur l'obtention de votre certificat EVE Vegan®.

Nos conseils pour communiquer efficacement sur votre certification :

- **Mettez en valeur votre certification végétane :** Utilisez le logo d'EVE Vegan® sur vos produits, votre site web, vos emballages et vos différents supports marketing pour renforcer la crédibilité de votre démarche. Publiez du contenu sur votre site internet et vos réseaux sociaux mettant en évidence les motivations qui vous ont poussé à obtenir la certification végétane. Cela vous permettra de valoriser et de renforcer la crédibilité de votre démarche, tout en communiquant de manière claire votre engagement envers les animaux et l'environnement.
- **Soyez transparent et authentique :** Communiquez de manière transparente sur les valeurs véganes de votre entreprise et sur les actions que vous entreprenez pour promouvoir un mode de vie respectueux du vivant. L'authenticité est essentielle pour établir une connexion sincère avec votre public.
- **Racontez votre histoire :** Partagez l'histoire de votre entreprise et mettez en avant vos engagements éthiques, votre responsabilité environnementale et votre contribution à un monde meilleur.
- **Utilisez des images percutantes :** Les visuels jouent un rôle clé dans la communication végétane. Utilisez des images attrayantes mettant en valeur vos produits véganes. Veillez à ce que les images reflètent votre identité de marque et les valeurs du véganisme.
- **Créez une communauté engagée et impliquée :** Interagissez avec votre public sur les réseaux sociaux, les forums et les événements véganes. Répondez aux questions, partagez des conseils et encouragez les discussions autour du véganisme.
- **Éduquez votre audience :** Sensibilisez votre public aux bienfaits liés à la santé, à l'environnement et aux animaux du véganisme. Utilisez vos plateformes de communication pour éduquer et inspirer votre audience.

Adoptez une Stratégie de Communication Réussie en Ligne, dans les Médias et en Magasins

Divers supports de communication peuvent vous aider à renforcer votre visibilité et votre crédibilité auprès de vos consommateurs et parties prenantes :

Le site Web : Votre site web est un puissant outil de communication pour présenter votre démarche de certification EVE Vegan®, et renforcer la confiance envers votre marque. Vous pouvez créer une section dédiée à la certification EVE Vegan® où vous expliquerez les normes et critères couverts par la certification ou encore rédiger des articles de blog pour présenter vos derniers produits certifiés.

Les réseaux sociaux : À l'ère de l'omniprésence du numérique, il est primordial de ne pas négliger le potentiel des réseaux sociaux. Nous vous encourageons à développer votre présence sur ces plateformes et à communiquer sur vos produits, votre image de marque et la philosophie qui vous a conduit à rejoindre le programme de certification EVE Vegan®.

Créez des publications attrayantes mettant en avant vos produits certifiés, vos engagements sociétaux, éthiques et environnementaux. Nous suggérons l'utilisation d'hashtags pertinents tels que "#vegan", "#evevegan" et "#vegancertification" pour améliorer votre référencement. Lorsque vous utilisez un hashtag dans une publication, il devient lié à toutes les autres publications où il apparaît également, ce qui vous permet d'atteindre un public plus large.

Nous vous conseillons également de collaborer avec des influenceurs éthiques (et/ou véganes) qui partagent les mêmes valeurs que votre entreprise afin de promouvoir vos produits et augmenter votre visibilité auprès de vos consommateurs.

La boutique en ligne / Catalogue produit : Lorsque vos clients visitent votre boutique en ligne ou consultent votre catalogue, ils recherchent des indications claires sur la qualité et la fiabilité des produits que vous proposez. La présence du logo EVE Vegan® de manière visible sur les pages des produits, ainsi que des descriptions détaillées expliquant les normes et les critères couverts par la certification démontrent votre sérieux dans le respect des exigences de l'industrie végane.

La newsletter : Tenez votre communauté informée chaque mois des dernières actualités et des nouveaux produits certifiés EVE Vegan®. La newsletter est un outil efficace pour diffuser des informations à vos clients par le biais de courriels.

Le communiqué de presse : Le communiqué de presse est un outil précieux pour partager des informations clés sur votre entreprise et attirer l'attention des médias et du public. Créez un communiqué de presse pour annoncer des événements importants, tels que le lancement d'un nouveau produit certifié EVE Vegan®. N'hésitez pas à inviter vos partenaires et distributeurs à relayer l'information, ce qui contribuera à accroître la visibilité de votre entreprise.

Les points de vente : Vos points de vente physiques constituent une opportunité pour attirer l'attention des consommateurs et les inciter à découvrir vos produits certifiés EVE Vegan®. Utilisez des panneaux descriptifs pour expliquer votre engagement envers la certification EVE Vegan® et souligner la confiance que vos clients peuvent accorder à vos produits véganes. Assurez-vous de rendre vos vitrines attrayantes et engageantes en utilisant des éléments visuels percutants.

En résumé, en mettant en valeur votre certification EVE Vegan dans votre stratégie de communication, vous attirerez de nouveaux consommateurs et renforcerez votre crédibilité en tant que marque engagée et respectueuse de l'environnement. Adoptez une approche globale et cohérente, en utilisant tous les canaux de communication à votre disposition pour maximiser l'impact de votre message et atteindre vos objectifs commerciaux.

2. Communication & Distribution :

Atteignez et fidélisez votre cible consommateur grâce à une meilleure compréhension de leur profil



La clientèle en quête de produits sans origine animale présente une diversité de profils et de motivations. Il est donc crucial de bien connaître sa cible de consommateurs afin d'adapter au mieux sa stratégie de marketing. La compréhension de votre public-cible, au-delà du seul groupe des véganes s'impose pour conquérir de nouveaux clients et maximiser votre communication.

Comprenez vos Consommateurs pour Ajuster Votre Stratégie de Communication

Pour commencer, identifiez les segments de consommateurs qui sont particulièrement intéressés par vos produits et comprenez leurs comportements d'achat. Cela peut inclure des ménages avec enfants, des jeunes urbains, des flexitariens, des adeptes d'un mode de vie durable, etc. Ensuite, déterminez les principales motivations et valeurs de votre audience cible en ce qui concerne les produits sans origine animale. Cela peut inclure des bénéfices pour la santé, des considérations éthiques et environnementales, un intérêt pour des produits innovants ou encore la recherche de convivialité et de partage. En comprenant les différentes motivations de votre cible de consommateurs, vous pouvez ainsi adapter votre communication pour toucher efficacement ces différents segments de consommateurs.

La santé : De plus en plus de personnes sont préoccupées par leur bien-être et cherchent à adopter un mode de vie plus sain. Les produits véganes répondent à cette demande, car ils sont formulés à partir d'ingrédients d'origine végétale et souvent riches en nutriments essentiels pour le corps, la peau et les cheveux. Les produits alimentaires véganes en particulier sont souvent perçus comme étant plus sains, riches en nutriments et en fibres, et pouvant contribuer à une meilleure digestion. Par ailleurs, certaines personnes peuvent être allergiques ou intolérantes à certains ingrédients d'origine animale. Les produits véganes offrent une alternative compatible avec leurs besoins alimentaires. Ainsi, en proposant des produits cosmétiques et alimentaires véganes, vous pouvez répondre à cette demande croissante de consommateurs soucieux de leur santé.

L'éthique : L'éthique joue également un rôle majeur en faveur de l'achat de produits véganes. De plus en plus de consommateurs sont préoccupés par le traitement des animaux et souhaitent soutenir des marques respectueuses de la vie animale. En optant pour des produits certifiés véganes, vous démontrez votre engagement éthique et attirez les consommateurs qui partagent cette sensibilité. Ce type de consommateur recherche des produits fabriqués sans cruauté, sans tests sur les animaux et qui soutiennent la préservation de la biodiversité.

L'environnement : La préoccupation environnementale est un autre facteur qui incite les individus à choisir des produits certifiés véganes. En effet, ces produits sont associés à des pratiques de production respectueuses de l'environnement, utilisant moins de ressources naturelles, réduisant les émissions de gaz à effet de serre et minimisant les déchets. A la recherche d'alternatives durables, ces consommateurs sont conscients de l'impact de leur consommation sur l'environnement. En commercialisant des produits véganes certifiés, vous répondez à cette demande croissante de consommateurs soucieux de l'environnement.

L'intérêt pour des produits nouveaux et innovants : En outre, l'attrait pour la nouveauté incite de nombreux individus à explorer l'univers des produits véganes. Ouverts à l'idée de découvrir de nouvelles choses, ils sont à la recherche d'expériences sensorielles uniques et d'innovations dans le domaine des cosmétiques, de l'alimentation ou de la mode. En proposant des produits véganes certifiés, vous offrez à ces consommateurs la possibilité de satisfaire leur curiosité et d'explorer un mode de vie plus durable et respectueux de l'environnement.

La recherche de convivialité et de partage : Enfin, les produits véganes offrent une occasion unique de partager des expériences communes et de réunir des individus aux régimes alimentaires différents. Outre les motivations éthiques ou liées à la santé, il convient de souligner que certaines personnes optent pour des produits véganes pour des raisons spirituelles et religieuses. Montrez comment vos produits véganes peuvent contribuer à créer une atmosphère conviviale et inclusive lors de repas entre amis ou d'événements spéciaux.

En résumé, en comprenant les attentes et les préférences de votre cible, vous pourrez élaborer des messages pertinents et des actions ciblées qui résonneront avec vos consommateurs potentiels. Adaptez votre ton, votre langage et vos arguments en fonction de vos consommateurs. Par exemple, en mettant en avant les valeurs éthiques et les aspects nutritionnels de vos produits, vous attirez les consommateurs à la fois soucieux de leur santé et sensibles au respect du bien-être animal. Cette approche vous permettra de maximiser l'efficacité de votre stratégie marketing et de vous démarquer dans un marché en pleine expansion.

Optimisez la Distribution de vos produits Certifiés EVE Vegan® : Rayons Clés et Magasins Spécialisés

Intégrer vos produits dans les rayons clés et les magasins spécialisés constitue une étape cruciale pour la réussite de votre stratégie de distribution. De l'aménagement des rayons dans les supermarchés aux partenariats avec des boutiques spécialisées, tirez parti de ces canaux de distribution pour toucher efficacement votre public cible à la recherche de produits véganes et éthiques.

- **Rayons de références :** Renseignez-vous sur les rayons de références "végé", bio, naturels et/ou éthiques dans les supermarchés et les épiceries spécialisées. Assurez-vous que vos produits certifiés EVE Vegan® sont bien positionnés dans ces rayons afin de faciliter leur découverte par les consommateurs à la recherche de produits éthiques.
- **Magasins spécialisés :** Identifiez les magasins spécialisés dans les produits bio, éthiques, naturels, végétariens ou véganes qu'ils soient physiques ou en ligne. Proposez-leur de distribuer vos produits certifiés EVE Vegan® dans leur catalogue ou sur leur plateforme de vente en ligne. Ces magasins attirent une clientèle spécifique qui recherche activement des produits véganes, ce qui peut vous aider à acquérir de nouveaux clients fidèles.

Cette liste n'est pas exhaustive. Selon le secteur d'activité de votre entreprise, il existe de nombreuses autres opportunités qui pourraient vous permettre de distribuer vos produits certifiés EVE Vegan®.

3. Le Packaging :

Faites briller votre marque auprès des consommateurs avec le logo EVE Vegan®



Le packaging est bien plus qu'un simple contenant, c'est un moyen de communication visuelle puissant. Celui-ci joue un rôle essentiel pour vous différencier face à la concurrence. Dans cette section, nous allons explorer différentes stratégies pour intégrer judicieusement le logo EVE Vegan® sur votre packaging, tout en maximisant l'impact global de vos emballages.

L'utilisation stratégique du logo EVE Vegan® sur votre packaging

Le logo EVE Vegan® est reconnu comme un symbole de confiance pour les consommateurs qui recherchent des produits véganes de qualité. Lorsqu'il est utilisé de manière stratégique, le logo EVE Vegan® peut jouer un rôle central dans la transmission de votre message et l'établissement d'une identité de marque forte. En l'affichant sur votre packaging, vous renforcez instantanément la perception de votre marque en tant qu'entreprise de produits éthiques et respectueux des animaux.

Voici quelques conseils pour une utilisation efficace du logo sur votre packaging :

- **La mise en valeur du logo EVE Vegan®** : Assurez-vous que le logo est clairement visible sur votre packaging. Placez-le de manière stratégique, de préférence sur la face principale du produit ou sur l'étiquette. Optez pour une taille suffisante pour qu'il puisse être facilement repéré par les consommateurs lorsqu'ils parcourent les rayons. Si vous avez un espace limité sur la face avant de votre packaging et que celle-ci est déjà occupée par d'autres informations essentielles telles que le nom du produit ou de la marque, vous pouvez envisager de placer le logo EVE Vegan® au dos du packaging. De cette manière, vous donnez la priorité aux informations principales tout en offrant aux consommateurs la possibilité de lire les détails du produit au dos de l'emballage, où les certifications et logos supplémentaires peuvent être affichés.
- **La cohérence graphique** : Harmonisez le design du logo EVE Vegan® avec l'esthétique globale de votre packaging. Intégrez-le de manière fluide, en tenant compte des couleurs, des polices et des éléments graphiques utilisés.

Le packaging devient ainsi un véritable support représentatif de votre engagement envers le véganisme, attirant l'attention des consommateurs et les incitant à choisir vos produits véganes avec confiance.

Créez un Packaging impactant pour Vos Produits Certifiés EVE Vegan®

Ci-dessous, vous trouverez plusieurs conseils pertinents afin de renforcer votre communication via votre packaging.

- **Mettez en avant les motivations de votre cible** : Mettez en évidence les motivations de votre public cible, telles que l'absence d'ingrédients d'origine animale, les bienfaits pour la santé et l'engagement environnemental de votre entreprise. Cette approche implique par exemple de mettre en avant des méthodes de production durables mais aussi des certifications écologiques. Il est recommandé de mettre en avant la qualité, la naturalité, la saveur ou encore la texture de vos produits, dans le but d'établir une association entre votre marque et des produits de qualité supérieure, délicieux et respectueux de l'environnement.

- **Suscitez l'intérêt des consommateurs :** Le packaging doit susciter l'intérêt des consommateurs et les inciter à choisir vos produits. Utilisez des designs attrayants, des couleurs vives et des visuels accrocheurs pour capter leur attention dans les rayons. Assurez-vous que les informations sont facilement lisibles et compréhensibles, et n'hésitez pas à inclure des éléments visuels tels que des pictogrammes pour faciliter la communication avec les consommateurs. De même, utilisez votre packaging comme un moyen d'engager les consommateurs et de les inciter à interagir avec votre marque. Vous pouvez ajouter des QR codes renvoyant à des contenus en ligne, des recettes véganes, des témoignages de clients ou des informations supplémentaires sur vos pratiques durables. Cette approche favorise l'engagement et la fidélisation des consommateurs en leur offrant une expérience enrichissante au-delà du produit lui-même.

Veillez à ce que votre communication à travers le packaging soit cohérente avec votre identité de marque et vos valeurs. N'oubliez pas que chaque détail compte dans le développement de votre packaging, du choix des matériaux durables à l'esthétique globale en passant par la cohérence avec votre identité de marque. En utilisant le packaging comme un moyen de communication efficace, vous pouvez influencer les décisions d'achat des consommateurs et les encourager à choisir vos produits véganes.

Quelques exemples de packagings inspirants conçus par nos clients

Vous trouverez quelques exemples inspirants de packaging* conçus par nos clients à la page suivante. Ces exemples illustrent comment nos clients ont su intégrer efficacement la certification produits EVE Vegan® dans leur stratégie de communication visuelle. Chaque exemple montre comment le logo EVE Vegan® est judicieusement positionné, mettant en avant la certification, permettant aux consommateurs de faire des choix informés et responsables.

Pour accéder aux packagings d'autres produits certifiés EVE Vegan® : Voir notre [Catalogue](#)

Notre kit graphique

À vous de jouer en utilisant notre kit graphique que nous mettons à votre disposition sur votre Espace Client. Il comprend notre logo en haute définition, disponible en plusieurs versions, y compris en couleur originale et en noir et blanc. De plus, notre kit graphique résume toutes les règles d'utilisation du logo. Vous avez désormais tout ce dont vous avez besoin pour finaliser votre packaging !

* Les exemples de packaging sont présentés à titre illustratif pour les nouvelles entreprises ayant obtenu la certification. L'équipe EVE Vegan® atteste que les produits mentionnés soient certifiés par EVE Vegan à la date du 15/08/2023. Il est important de noter que la certification des produits à l'avenir dépendra de la conformité continue desdits produits aux normes établies. EVE Vegan® ne peut garantir la certification permanente des produits au-delà de cette période spécifique.



제출명: 김치담금소스
 내용량: 310g - 식품명칭: 소스(소금)제
 원재료명 및 함량: 김치담금 베이스
 [물엿, 가래과당, 다시마(국산), 미트(국산), 당근(국산), 사과농축액(사과(국산)), 고추엑기스, 복합(카라멜)색소, 향신료추출액, 감자수, 엣스도인, 향신료(국산), 염색소(국산), 곡류가용성섬유, 식염, 7차전

식품안전번호: 20090257112227
 보관방법: 직사광선을 피하고 실온에 보관
 포장일자: 2022년 07월 25일 (제조일자 미표시)
 유통기한: 2023년 07월 25일
 제조업체: 영모명가
 서울특별시 서초구 양재동 신성동로 266
 소리마길 14-1
 1층 101호 (영업시간: 매일 오전 10시 ~ 오후 8시)
 영모명가 대표이사: 정민호 (대표이사)
 영모명가 대표이사: 정민호 (대표이사)
 영모명가 대표이사: 정민호 (대표이사)
 영모명가 대표이사: 정민호 (대표이사)

영양성분표

310g
 동물성원료 0%
 효모추출물 3.92% 함유

VEGAN
 채식주의
 채식주의
 채식주의

영모명가
 김치담금소스

식물성 발효효모
 고춧가루, 마늘을 더하면
 모든 감자를 담글 수 있는 간편소스!!!

동물성원료 NO 김치담금소스
 효모추출물 건강하고 안전한
 효모추출물
 향신료추출액
 복합(카라멜)색소
 감자수
 엣스도인
 향신료(국산)
 염색소(국산)
 곡류가용성섬유
 식염

김치담금소스 활용
 찜닭, 볶음밥, 떡볶이
 찜닭, 볶음밥, 떡볶이
 찜닭, 볶음밥, 떡볶이
 찜닭, 볶음밥, 떡볶이

www.hyomoro.com
 고객센터(서울, 부산)
 080-080-6264



4. Les Mentions :

Conseils pour des messages percutants sur vos divers supports de communication



En complément du logo EVE Vegan®, nous suggérons d'inclure des mentions sur vos divers supports de communication pour informer les consommateurs et vos parties prenantes sur les caractéristiques véganes de vos produits. La présence d'une mention est vivement conseillée à la fois pour les produits et usines certifiées. Ces mentions visent à fournir des informations complémentaires sur la signification de la certification EVE Vegan®. Cela permet d'éclairer vos clients qui ne sont pas familiers avec le terme "vegan".

Les mentions sur les produits certifiés EVE Vegan®

Les mentions sur les produits certifiés EVE Vegan® aideront à renforcer la crédibilité de votre marque et à rassurer les consommateurs quant à la conformité de vos produits aux normes véganes. Cela peut inclure des mentions telles que "100% végan", "sans ingrédients d'origine animale" ou "certifié par EVE Vegan®". Il peut également être pertinent d'introduire la mention suivante : « La totalité de nos produits sont certifiés EVE Vegan®, une certification qui garantit un produit sans origine animale et non testé sur les animaux ».

Les mentions suivantes sont également autorisées :

- « Nos produits sont certifiés EVE Vegan® »
- « La marque X est une gamme 100% végane approuvée par la marque de certification EVE Vegan® »
- « Le standard EVE Vegan® est reconnu comme l'un des plus exigeant de sa catégorie qui permet de pallier le manque de transparence et d'information pour ceux qui veulent soutenir un commerce et une industrie sans origine animale. »
- « De nombreuses entreprises et distributeurs se réfèrent aux produits certifiés EVE Vegan® plutôt qu'à des produits sans certification officielle ou bien certifiés par d'autres labels. »
- « Choisir la marque de certification EVE Vegan® c'est faire un geste fort vers l'avenir et rejoindre les personnes qui veulent vivre en accord avec notre planète. C'est aussi l'assurance qu'un produit alimentaire, cosmétiques ou textile soit 100% végane. »
- « Le Standard International des Produits et Services Véganes »
- « Qu'il soit utilisé dans l'alimentation, les cosmétiques ou la mode, la certification EVE Vegan® est l'assurance la plus fiable qu'un produit est 100% végane »
- « Pour une vie plus riche de sens »
- « Vivre en harmonie avec tous »
- « Garanti sans produits d'origine animale »
- « Cruelty-free »
- « Sans sous-produits animaux »
- « Garanti sans exploitation animale »

Nous vous invitons vivement à intégrer ces mentions dans vos communications.

Les mentions concernant les certifications Usine EVE Vegan®

En complément de l'utilisation du logo de certification EVE Vegan®, il est autorisé de faire mention de la certification Usine sous forme textuelle.

Les mentions suivantes sont autorisées :

- « Notre usine de fabrication est un service agréé par la marque de certification EVE Vegan® »
- « La société AD est un service agréé EVE Vegan® depuis 2016. »
- « Usine agréée EVE Vegan® selon le référentiel de conformité disponible sur le site www.certification-vegan.org »
- « Notre usine agréée EVE Vegan® vous permet d'obtenir facilement la certification végétane pour vos produits »

5. Etudes de Cas :

Découvrez les exemples inspirants de communication végétane réussie de nos clients



Dans cette section, découvrez des exemples concrets de communication réussie de produits et usines certifiés EVE Vegan®. Ces études de cas d'entreprises de différents secteurs d'activité vous offriront des idées stimulantes pour façonner votre propre stratégie de communication végétane. Dans cette section, nous examinerons comment présenter efficacement la certification EVE Vegan® à travers votre site internet et vos réseaux sociaux. Inspirez-vous de ces réussites pour façonner votre communication !

Le site internet

Intégrer la certification EVE Vegan® sur votre site Internet revêt une importance cruciale pour renforcer votre crédibilité et montrer votre engagement éthique. Plusieurs options s'offrent à vous pour mettre en avant cette certification de manière efficace :

- **Afficher le Logo EVE Vegan® sur la Homepage** : La homepage de votre site est la vitrine de votre entreprise en ligne. En plaçant stratégiquement le logo EVE Vegan® en évidence, vous démontrez dès le premier regard votre attachement aux valeurs véganes. Les illustrations 1 et 2 sont des exemples concrets de la manière dont le logo peut être intégré dans le design de votre page d'accueil, captant instantanément l'attention des visiteurs.
- **Ecrire un Texte Explicatif sur la Certification Végane sur une ou plusieurs pages de votre site internet** : Outre le logo, fournir des informations détaillées sur la signification de la certification végétane peut renforcer la confiance de vos visiteurs. En décrivant les normes strictes de certification et les avantages que cela apporte à vos produits, vous démontrez votre transparence et votre souci du bien-être animal. Certains de nos clients ont même créé un onglet dédié à la certification végétane (illustration 3).
- **Mettre en avant la certification EVE Vegan® sur votre Boutique en Ligne** : La mise en avant de la certification EVE Vegan® sur les produits de votre Boutique en Ligne présente des avantages significatifs pour votre entreprise. En affichant le logo EVE Vegan® sur la photo de chaque produit, vous communiquez instantanément aux clients que vos articles sont certifiés conformément aux normes strictes d'EVE Vegan® (illustration 4 et 5). En outre, inclure le mot "vegan" dans le titre du produit facilite la recherche et l'identification des produits véganes par les consommateurs à la recherche de produits véganes (illustration 4 et 5). De plus, expliquer en quelques mots ce qu'est la certification d'EVE Vegan® dans la description de votre produit vous offre l'opportunité d'expliquer le processus rigoureux que cela implique (illustration 6).
- **Dédier un article de Blog à votre certification EVE Vegan®** : Dédier un article de blog à votre certification EVE Vegan® enrichit votre communication et vous permet de démontrer votre engagement éthique. (L'article de blog de la marque de compléments alimentaires My Veggie peut servir d'illustration à cet égard : [Qu'est-ce que la certification EVE Vegan ?](#))



Illustration 1 :
Homepage d'un
artisan vigneron
(Certificat
Produit)



Illustration 2 :
Homepage d'une
usine de
production
(Certificat Usine)

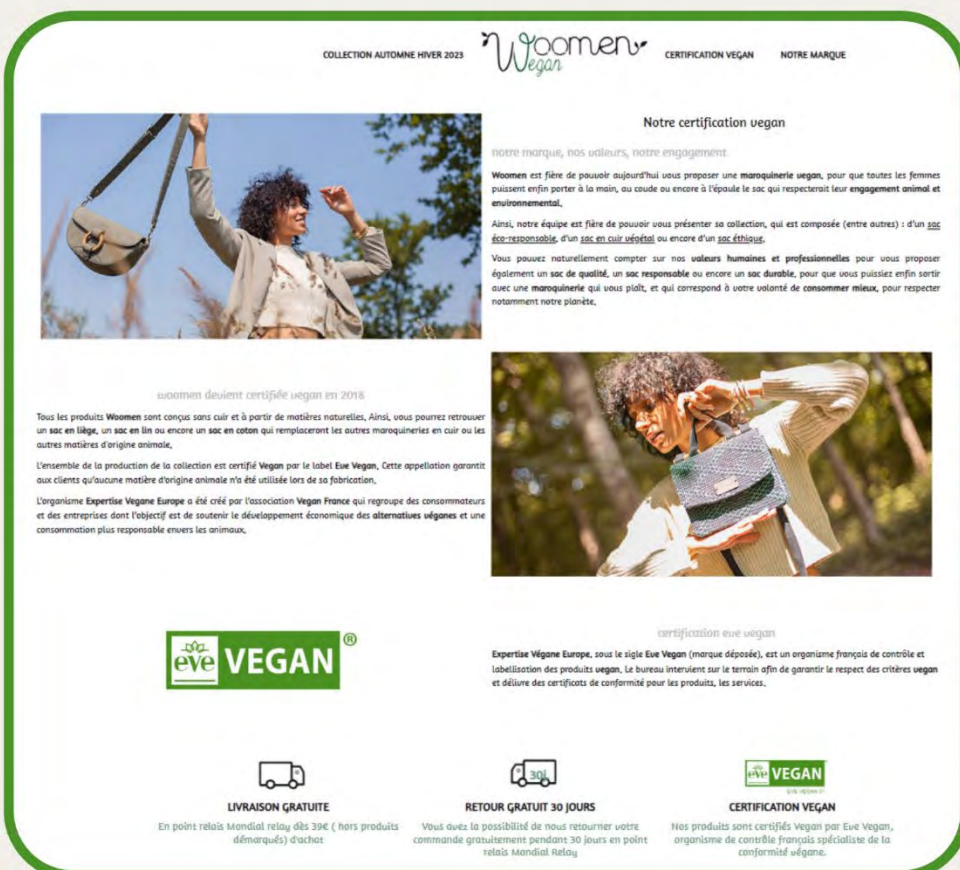


Illustration 3 :
Page web d'une
marque de
maroquinerie
(Certificat
Produit)

BEST 1

 EVE VEGAN



Flive Vegan Kids Micro Facial Cleanser

Vegan hypoallergenic face wash for children that cleans 99% of ultrafine dust with soapberry extract

~~19,000 won~~

19,000 won

Illustration 4 :

Produit en vente sur la boutique en ligne d'une marque de produits d'hygiène

Promo !



Biscottes Bio Froment – Vegan 250g

3,04 € – 34,69 €

Choix des options

Illustration 5 :

Produit en vente sur la boutique en ligne d'une marque de produits alimentaires

Description

Les Pains au Chocolat Vegan La Boulangère, 100% végétal et 100% plaisir ! Dans ces savoureux Pains au Chocolat Vegan nous avons supprimé les ingrédients d'origine animale : beurre, lait et œuf tout en conservant la gourmandise de ce produit grâce à notre savoir-faire et des ingrédients de qualité : farine de blé français, matière grasse et huiles végétales, le tout associé au bon goût de chocolat. Nos produits sont certifiés par EVE VEGAN, organisme indépendant qui respecte un cahier des charges strict en lien avec les principes essentiels du véganisme.

Illustration 6 :

Description produit d'un produit alimentaire sur la boutique en ligne de l'enseigne de distribution Carrefour

Les Réseaux Sociaux

La puissance des réseaux sociaux offre également un moyen efficace de communiquer sur votre certification EVE Vegan®. Il existe de nombreuses possibilités pour mettre en avant votre certification :

- **Intégrer la Certification dans la Description de votre Réseau Social :** Mettez en avant votre certification EVE Vegan® dans la description de votre compte ou page sur les réseaux sociaux (voir illustration 7 et 8). Cette action informe instantanément les visiteurs de votre page/compte de votre engagement envers les normes véganes.
- **Mettre en Avant vos Produits Certifiés :** Publiez des photos ou des vidéos de vos produits avec le logo EVE Vegan® en évidence sur l'emballage (voir illustration 9). Dans le cas où le logo ne figure pas sur votre emballage ou sur la face visible de l'emballage, intégrez-le sur les photos de vos produits a posteriori (voir illustration 10). Cette astuce garantit que vos produits certifiés sont toujours associés à la marque de confiance qu'est EVE Vegan® sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, si vous proposez une gamme de produits certifiés EVE Vegan®, vous pouvez créer un post dédié pour présenter cette collection (voir illustration 11).
- **Créer des posts dédiés à la certification EVE Vegan® :** Créez un post pour célébrer l'obtention de votre certification Produit ou Usine (voir illustration 12) afin d'afficher votre adhésion au standard EVE Vegan®. Vous pouvez aussi consacrer un post à une ou plusieurs de vos certifications (voir illustration 13 et 14). Cela démontre votre engagement global envers la durabilité et le bien-être animal.
- **Expliquer la certification EVE Vegan® dans les Stories à la Une :** Utilisez les Stories permanentes pour expliquer ce qu'est la certification EVE Vegan® (voir illustration 8). Cette initiative renforce la compréhension de la certification EVE Vegan® par les consommateurs.



Illustration 7 :
Description Instagram
d'une usine de cosmétiques
(Certificat Usine)



Illustration 8 :
Description Instagram et Stories à la une
d'une marque de maroquinerie
(Certificat Produit)

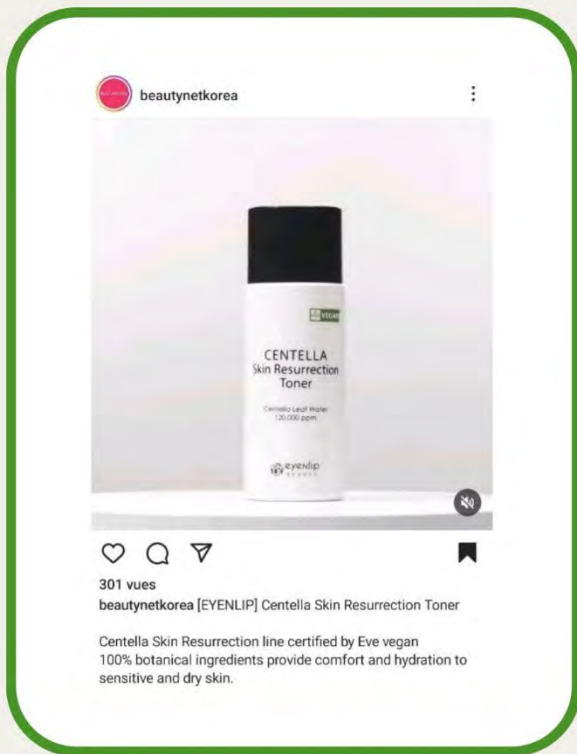


Illustration 9 :

Publication Instagram mettant en avant un produit cosmétique

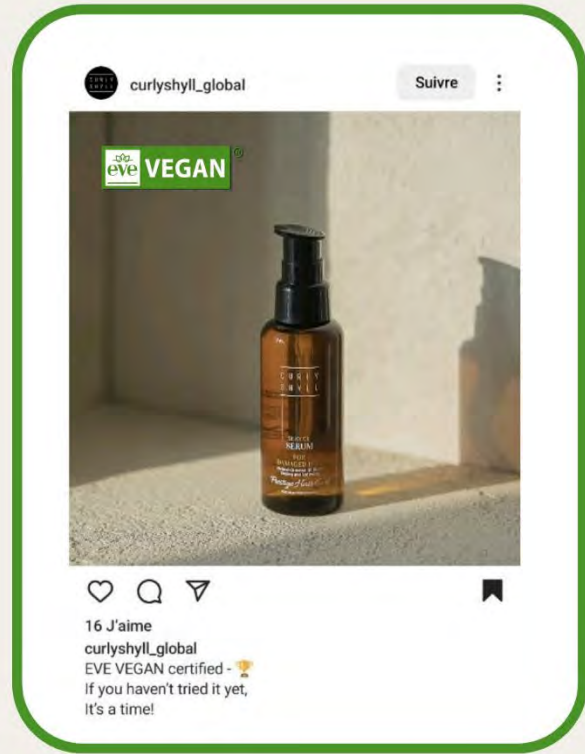


Illustration 10 :

Publication Instagram mettant en avant un produit cosmétique



Illustration 11 :

Publication Instagram mettant en avant une collection de produits cosmétiques



Illustration 12 :

Publication Instagram célébrant l'obtention du certification EVE Vegan®



Illustration 13 :

Publication Instagram d'une marque de produits cosmétiques présentant ses certifications

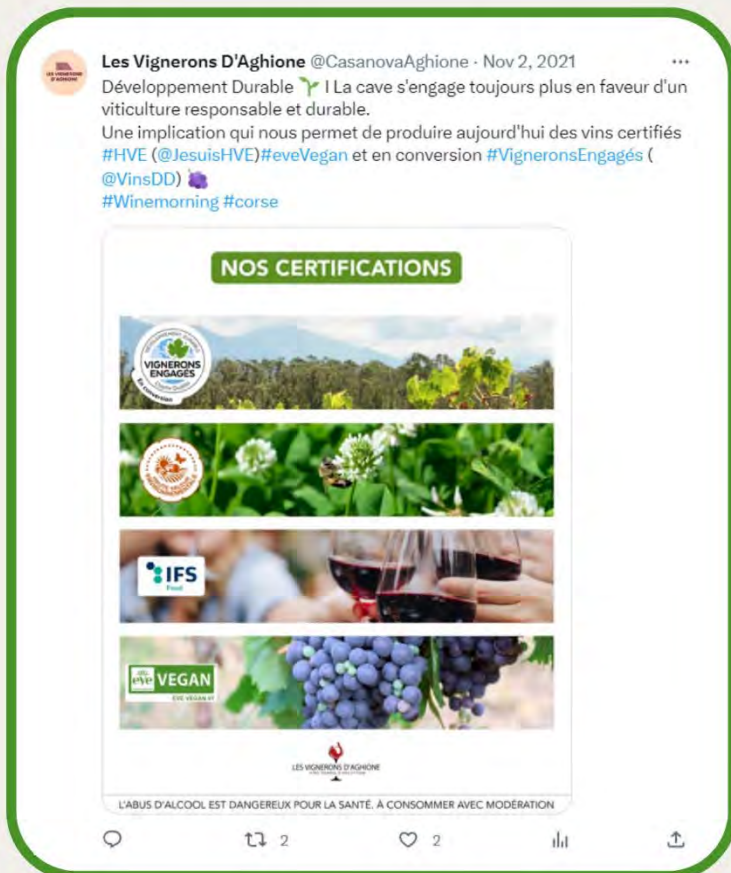


Illustration 14 :

Publication Twitter d'un artisan vigneron présentant ses certifications

En intégrant ces éléments à votre site Internet et à vos réseaux sociaux, vous consolidez votre position en ligne en tant que marque spécialisée dans les produits véganes.

6. Ressources Clés :

Explorez et approfondissez vos connaissances sur le véganisme et la communication végane



Dans un contexte où le marché végane connaît une croissance rapide et une évolution constante, il est essentiel pour votre entreprise de rester à jour avec les dernières tendances et les évolutions du secteur. Pour cela, l'accès à des ressources clés est primordial afin d'explorer et d'approfondir vos connaissances sur le marché végane.

Voici quelques ressources importantes à prendre en considération :

Le site internet et le blog de EVE Vegan®

Le site internet d'EVE Vegan® offre une plateforme centrale pour accéder à de nombreuses informations pertinentes sur le label EVE Vegan®, la réglementation, les tendances de marché, et bien plus encore. Notre blog constitue également une source inestimable d'informations pour les entreprises désirant se plonger davantage dans le secteur végane.

Les médias spécialisés dans le secteur végane

Grâce à des médias tels que Vegconomist, Vegnews, The Vegan Review, Livekindly, et bien d'autres, vous disposerez d'un accès privilégié aux informations clés dans le domaine du véganisme, du commerce éthique, de l'alimentation, de la mode et des cosmétiques véganes. Ces sources vous fourniront des analyses approfondies, des études de marché et des articles de fond qui vous permettront de comprendre les tendances émergentes, les préférences des consommateurs et les meilleures pratiques de l'industrie.

Les médias en ligne

- [Vegconomist](#) : Vegconomist est le premier magazine mondial dédié à l'économie végane publiant au quotidien sur les statistiques du marché, les perspectives commerciales, des interviews exclusives, les nouveaux produits, les entreprises, les tendances, les entrepreneurs et les startups.
- [Plant Based News](#) : Plant Based News brings you the latest news about ethical consumerism, environmentalism, plant-based food trends and much more via plantbasednews.org as well as across a number of social media platforms, reaching over 69 million people a month.
- [Plant Based World Pulse](#) : Plant Based World Pulse is a go-to resource for the plant-based industry. Offering high-value insights, educational content, and the latest information year-round, it compliments the annual industry events Plant Based World Expo North America in New York City and Plant Based World Expo Europe in London.
- [Vegnews](#) : Launched in 2000, VegNews is the largest vegan media brand in the world. Reaching millions of people each month across its print, digital, and social platforms. Every issue of VegNews is packed with today's best vegan lifestyle content from food and fashion to travel, celebrity interviews, and beauty.

Les magazines papier :

- [Culture V.](#) : Culture V., c'est le média dédié au lifestyle éthique et vegan, décliné sous deux formats : un site internet (culturev.fr) sur lequel picorer les actualités liées aux modes de vie responsables, et une revue papier (boutique.culturev.fr) trimestrielle qui vous invite à prendre le temps d'apprécier les modes de vie éthiques et les personnes qui les incarnent.
- [Nouvelle Veg Le Magazine](#) : Le 1er magazine papier lifestyle 100% veggie pour tous en France

Les événements et salons

Participez à des événements et des salons liés au véganisme, tels que des foires commerciales ou des conférences spécialisées. Ces événements vous offrent une occasion unique de rencontrer des experts du secteur, des influenceurs, des fournisseurs et des consommateurs, tout en vous tenant informé des innovations et des nouvelles tendances.

- [Veggieworld](#) : The vegan fair in your city. Get the best tips and information from vegan experts and chefs, try and buy directly from the manufacturers and experience that the vegan lifestyle is not only animal-friendly and sustainable, but is also enjoyable and fun!
- [Plant Based World Expo Europe](#) : Plant Based World Expo is the biggest 100% plant-based trade event in Europe, designed exclusively for food service professionals, retailers, distributors, buyer, wholesalers and investors. Plant Based World connects and empowers businesses within the global supply chain to successfully develop, source and distribute plant-based products.
- [Plant Based World Expo North America](#) : Plant Based World Expo is the only 100% plant-based event in the U.S. designed exclusively for food service professionals, retailers, distributors, buyers, brokers and non-profits. Plant Based World Expo connects and empowers businesses within the global supply network to successfully develop, source and distribute plant-based products.

Les associations et communautés professionnelles véganes

Rejoignez des organismes, des associations ou des réseaux de professionnels liés au marché végane et à votre secteur d'activité. Ces réseaux vous permettront de vous connecter avec d'autres professionnels du secteur, d'échanger des idées et des informations, et de collaborer sur des initiatives communes.

Les associations professionnelles véganes :

- [Vegan France](#) : Vegan France est l'association française pour le développement économique végane. Ses missions : promouvoir les PME de la filière végane, diffuser des informations liées à la vie professionnelle, à l'entrepreneuriat, à la réglementation. Rendre compte des développements actuels liés à l'économie, au commerce, aux innovations, aux marchés et événements de ce secteur.

- [ProVeg International](#) : ProVeg International is a food awareness organisation working to transform the global food system by replacing animal-based products with plant-based and cultured alternatives. ProVeg works with decision-making bodies, companies, investors, the media, and the general public to help the world transition to a society and economy that are less reliant on animal agriculture and more sustainable for all humans, animals, and our planet.
- [European Alliance for Plant-based Foods](#) : The European Alliance for Plant-based Foods (EAPF) brings together like-minded organisations in the plant-based value chain around a unique mission: To put plant-based foods at the heart of the transition towards more sustainable and healthy food systems.
- [Plant Based Food Association](#) : Founded in 2016, the Plant Based Foods Association is the first and only trade association in the U.S. representing over 350 of the nation's leading plant-based food companies.

Les communautés d'entreprises véganes :

- [Beyond Animal](#) : Beyond Animal simplifies access to finance and opportunities for companies and investors across the vegan economy. Their mission: Delivering digital tools, such as online funding, networking and business services, that accelerate the transition to an economy free of animal exploitation.
- [The Good Food Institute](#) : The Good Food Institute is a nonprofit think tank and international network of organizations working to accelerate alternative protein innovation.

En explorant et en approfondissant vos connaissances sur le marché végane à travers ces différentes ressources, vous serez en mesure de prendre des décisions stratégiques éclairées, d'adapter votre offre en fonction des besoins de votre public cible, et de rester compétitif dans un marché en constante évolution. Investir dans ces ressources clés est un moyen essentiel de renforcer votre positionnement sur le marché végane et de maximiser votre succès dans un contexte international.

7. Conquérir de Nouveaux Marchés :

Comment adapter votre communication
à l'internationale avec succès



Lorsqu'il s'agit de développer une stratégie de communication internationale pour votre gamme de produits véganes certifiés, il est nécessaire de prendre en compte les différences culturelles et les préférences des consommateurs dans chaque région du monde.

Voici quelques conseils généraux à considérer :

S'adapter aux contextes locaux

Les tendances en matière de marketing végane peuvent varier d'une région à l'autre en raison de facteurs culturels, sociaux et économiques. C'est pourquoi, il est important que les marques mènent des recherches approfondies sur les marchés visés afin d'adopter une stratégie de marketing adaptée. Étudiez les tendances du marché, les habitudes de consommation et les concurrents de chaque région ciblée. Identifiez les besoins des consommateurs locaux concernant les produits véganes et adaptez vos produits pour répondre aux préférences et goûts spécifiques des consommateurs locaux.

Respectez les réglementations locales et la charte graphique d'EVE Vegan®

Tenez compte des normes réglementaires spécifiques à chaque pays. Assurez-vous que votre stratégie de communication et vos matériaux promotionnels respectent les règles locales en matière de publicité, d'étiquetage et de certification des produits véganes.

Avant de valider définitivement vos projets d'étiquetage, pensez à vérifier quel logo EVE Vegan® est applicable selon la zone d'exploitation.

Il existe 2 logos avec symbole possibles :

- le logo EVE Vegan ® (Registered Trademark)
- le logo EVE VEGAN TM (Trademark)

Le logo EVE Vegan® (Registered Trademark) est utilisable dans tous les pays où la marque de certification a été déposée : Autriche, Belgique, Bulgarie, Croatie, Chypre, République Tchèque, Danemark, Estonie, Finlande, France, Allemagne, Grèce, Hongrie, Irlande, Italie, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Malte, Pays Bas, Pologne, Portugal, Roumanie, Slovaquie, Slovénie, Espagne, Suède, Corée du Sud, République de Chine.

Si la zone visée par votre projet n'est pas citée dans la précédente liste, alors nous vous invitons à préférentiellement utiliser le logo EVE Vegan TM (Trademark), également disponible dans la charte graphique.

En cas de doute, n'hésitez pas à vous adresser à notre équipe qui sera ravie de vous assister.

Adaptez votre stratégie de communication en fonction des spécificités culturelles, environnementales et sociales

Prenez en compte les valeurs et les attentes des consommateurs pour adapter votre message et votre positionnement à l'international en fonction des pays ou régions visés. Tenez compte des différences linguistiques, des références culturelles et des nuances dans la signification des mots et des symboles. Par ailleurs, certaines régions peuvent accorder une attention particulière à des problématiques environnementales ou sociales spécifiques. Adaptez donc votre message pour mettre en avant votre engagement dans ces domaines.

Soyez patient et adaptable dans votre approche, car la réussite d'une stratégie de communication internationale demande du temps et de la flexibilité. Soyez prêt à ajuster votre stratégie en fonction des retours des consommateurs et des résultats obtenus dans chaque région.

Voici quelques éléments clés à considérer lors de la promotion de vos produits véganes dans des régions telles que l'Europe, l'Asie et l'Amérique du Nord*:

Un Message Axé sur la Santé et le Bien-être en Amérique du Nord

Les consommateurs nord-américains associent souvent les produits véganes à des bienfaits pour la santé et le bien-être. Ainsi, il est primordial de mettre en avant, dans votre communication, comment vos produits contribuent à améliorer la santé de vos consommateurs.

En Amérique du Nord, de nombreuses entreprises promeuvent les alternatives alimentaires véganes en tant que choix plus sains que leurs équivalents d'origine animale. Les marques mettent en avant les bienfaits d'une alimentation végétale, notamment une meilleure gestion du poids et la réduction des risques de maladies chroniques. Les emballages des produits alimentaires véganes communiquent sur leurs bienfaits nutritionnels, en soulignant leur teneur en protéines élevée et leur garantie d'être sans hormones, sans OGM, sans antibiotiques et sans cholestérol. Ces produits véganes répondent également aux besoins des consommateurs ayant des restrictions alimentaires telles que le gluten, les noix ou le soja, ce qui élargit leur attrait auprès d'un public cible plus large.

En matière de cosmétiques, les consommateurs en Amérique du Nord accordent une grande importance à la transparence. Il est donc pertinent de valoriser les bienfaits des produits cosmétiques véganes en insistant sur l'absence de produits chimiques nocifs pour la santé dans leurs formulations comme les parabènes, les sulfates et autres ingrédients potentiellement nuisibles couramment présents dans les cosmétiques.

* Ces tendances sont des observations générales. Des variations peuvent exister au sein des régions et des pays.

Une Sensibilité Éthique particulière envers les Animaux et l'Environnement en Europe

En Europe, le bien-être animal et la préservation de l'environnement sont des préoccupations éthiques majeures. En abordant ces considérations éthiques avec sincérité et en adoptant une communication transparente et responsable, les marques peuvent gagner la fidélité des consommateurs européens.

Tout d'abord, les consommateurs choisissent des produits alimentaires, cosmétiques ou de mode végétane pour contribuer à un mode de vie respectueux des êtres vivants. Pour attirer ces consommateurs, il est important de mettre en avant votre engagement dans ce domaine en faisant appel à leurs valeurs et leur compassion envers les animaux. Les marques de cosmétiques soulignent souvent l'absence de tests sur les animaux et d'exploitation animale sur leurs produits.

Les consommateurs européens sont également attentifs aux enjeux environnementaux et sociaux. Mettez en avant les initiatives de votre entreprise en matière de commerce équitable et de pratiques de production durables. De plus, la mise en avant de produits locaux, naturels et biologiques est appréciée par de nombreux européens. Par exemple, les marques de vêtements véganes engagées dans des pratiques de production durables et éthiques, qui promeuvent la protection de l'environnement et des droits des travailleurs, suscitent particulièrement l'intérêt des consommateurs.

S'adapter aux préférences locales, culturelles et religieuses en Asie

Pour réussir leur implantation sur le marché végétane en Asie, les marques doivent tenir compte des préférences locales et des pratiques religieuses qui varient considérablement selon les pays asiatiques.

Les entreprises de produits alimentaires végétans doivent mettre en avant leur adaptabilité aux différents modes de vie alimentaires asiatiques, y compris le végétarisme. En effet, les religions et pratiques spirituelles en Asie, telles que l'hindouisme et le bouddhisme, encouragent souvent le végétarisme en tant que moyen de pratiquer la compassion et le respect envers les êtres vivants. Utiliser des ingrédients régionaux traditionnels et populaires peut rendre les produits plus accessibles et attrayants pour les consommateurs asiatiques.

Dans de nombreux pays asiatiques, les marques se concentrent sur les avantages nutritionnels et les effets positifs sur la santé des produits à base de plantes, en mettant en évidence des aspects tels que la gestion du poids, une meilleure digestion et une plus longue longévité. En Chine, les protéines végétales ont gagné en popularité en raison de leur perception bénéfique pour renforcer la résistance des personnes vulnérables face au coronavirus et d'autres problèmes de santé croissant tels que l'obésité et les maladies cardiaques.

Sur le marché des cosmétiques, les consommateurs asiatiques privilégient les produits de beauté innovants et efficaces pour la peau. Pour attirer les consommateurs, mettez en avant les avantages de vos produits cosmétiques végétanes en matière de soins de la peau, tels que l'hydratation ou l'effet bonne mine. La transparence quant à la composition des produits est également appréciée, alors éviter les additifs controversés, et mettez l'accent sur les ingrédients naturels et/ou à base de plantes de vos produits.

En Corée du Sud et au Japon, inspirez-vous des tendances populaires de la K-Beauty et de la J-Beauty, qui valorisent les ingrédients doux et naturels, les emballages minimalistes et l'aspiration à une peau parfaite.

En conclusion, une stratégie de communication internationale réussie pour vos produits véganes certifiés EVE Vegan® nécessite une recherche approfondie sur les marchés locaux et une adaptation de votre communication en fonction des spécificités régionales. En étant sensible aux différences culturelles et en respectant les normes locales, vous pourrez attirer et engager efficacement les consommateurs issus de différentes régions du monde, renforçant ainsi votre position sur un marché végane mondial en pleine expansion.



The future is vegan

www.certification-vegan.org