

RAPPORT D'ACTIVITÉS & D'IMPACTS 2022-2023

NOTRE MISSION

« Faire évoluer durablement les comportements alimentaires dans le respect des hommes et de la planète et accélérer la transition alimentaire ». Pour atteindre cet objectif, nous agissons à l'échelle nationale et internationale en rendant le végétal plus accessible à tous.

LA DOUBLE PORTÉE DE CE RAPPORT : AGIR ET MESURER

En 2021, la Fondation Louis Bonduelle a engagé une démarche d'évaluation de ses impacts. Cette démarche a abouti à la construction d'un dispositif évaluatif, ainsi qu'à la publication d'un premier rapport d'impact à la fin 2022.

Dans la continuité de cette démarche, en 2023, le présent rapport résume les différentes activités de la Fondation et évalue spécifiquement l'impact de deux modalités d'actions : ses actions de communications externes et les impacts de deux projets soutenus auprès des communautés locales.



LA FONDATION EN CHIFFRES

(2022-23 - DONNÉES CUMULÉES)

UN HISTORIQUE RICHE DE PUBLICATIONS
ENTRE 2004 ET 2022



30
MONOGRAPHIES

4
LIVRES
BLANCS

17
PUBLICATIONS
SCIENTIFIQUES

232
PROJETS
SOUTENUS DANS
PRÈS DE 20 PAYS

DES ACTIVITÉS DANS
6 PAYS
DEPUIS 18 ANS

482 000
VISITES
EN 2022 SUR NOTRE
SITE INTERNET



8700
ABONNÉS
À LA NEWSLETTER

3150
ABONNÉS
AU COMPTE INSTAGRAM
@DansMonAssiette



LE MESSAGE DU PRÉSIDENT

Notre ambition est de promouvoir des habitudes alimentaires saines et durables, en particulier auprès des populations plus éloignées d'une culture alimentaire de base, comme les enfants, les étudiants ou les familles dans le besoin.



Cette ambition s'étend comme le colibri à chaque communauté, partout où nos employés Bonduelle sont présents. Nous sommes conscients de l'importance cruciale de l'alimentation dans la vie de chacun, non seulement pour notre santé, mais aussi pour la préservation de notre planète.

Aujourd'hui et, pour les années à venir, nous souhaitons être des catalyseurs de changement, des artisans de la transition vers des habitudes alimentaires où le végétal occupe une place centrale.

Nous sommes convaincus que cela ne peut se faire qu'en travaillant en étroite collaboration avec nos partenaires, nos communautés locales et nos équipes. Ensemble, nous pouvons créer un impact significatif, en sensibilisant, en éduquant et en offrant des solutions alimentaires respectueuses de l'environnement, et accessibles à tous.

EN RÉSUMÉ

Notre engagement en faveur de choix alimentaires plus responsables est un moyen puissant de créer un avenir meilleur pour tous. C'est une opportunité de promouvoir la santé et de préserver notre planète pour les générations futures. En travaillant main dans la main, nous pouvons véritablement faire la différence et bâtir un avenir où la durabilité et le bien-être sont au cœur de nos vies. Et c'est une conviction ancrée dans nos actions quotidiennes, au sein du Groupe Bonduelle, depuis maintenant plus de 170 ans.

■ Christophe Bonduelle

LA STRATÉGIE DE LA FONDATION EN 2023 & AU-DELÀ

« Être l'étincelle ».

Nous voulons jouer un rôle de catalyseur pour encourager les individus et les communautés à adopter des comportements positifs et des actions significatives, en faveur de la transition alimentaire.

Elle repose sur trois piliers indissociables :

LA SENSIBILISATION:

- En revisitant nos outils de communication grâce à l'appoint de méthodologies scientifiques et de recherches pour comprendre les besoins réels de nos cibles, les leviers de changement et les réalités du terrain. Un travail qui sera mené de 2023 à 2025 en partenariat avec la Chaire Anca-Agroparitech.
- En proposant un Score de Végétalisation de l'Assiette, qui mesure l'impact de l'assiette et des habitudes alimentaires

L'ENGAGEMENT

- Via la promotion et le soutien de l'engagement civique des employés du Groupe Bonduelle au plus près des communautés locales.
- Via l'éducation des employés du Groupe aux leviers du changement des comportements alimentaires et à la transition vers le végétal

LE SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS DE TERRAIN :

- En se concentrant sur les populations sensibles, avec un faible niveau d'éducation alimentaire, telles que les familles précarisées, les enfants et les étudiants.
- En supportant des associations de terrain et des communautés locales sur le long terme, grâce à des actions concrètes, du financement participatif et de la visibilité.



LA DÉMARCHE D'ÉTUDE D'IMPACT DE LA FONDATION

Ce deuxième rapport de la Fondation Louis Bonduelle s'inscrit dans la poursuite de la mise en œuvre du dispositif évaluatif évoqué précédemment.

Avec ce dernier, l'objectif de la Fondation est de : (1) construire une pratique d'évaluation en continu, (2) d'éclairer – dans le temps long et successivement – différents objets d'étude.

Nous présentons ci-dessous la théorie du changement de la Fondation. Base conceptuelle du dispositif évaluatif de la FBL, cette dernière propose une modélisation des liens entre ses activités, effets et impacts.



Autre élément constitutif du dispositif évaluatif de la FLB, la **feuille de route évaluative** présentée ci-dessous formalise la **ligne éditoriale** et les **focus thématiques** imaginés sur 3 ans pour les rapports d'impact de la Fondation.

2022 FOCUS THÉMATIQUE #1	2023 FOCUS THÉMATIQUE #2	2024 FOCUS THÉMATIQUE #3
<ul style="list-style-type: none"> • La mise en place de la démarche d'évaluation d'impact social au sein de la Fondation • Les effets sur les projets soutenus • Vision historique : la collaboration de la Fondation et du Groupe avec le monde scientifique 	<ul style="list-style-type: none"> • Les effets de la communication externe de la Fondation • Les impacts des projets soutenus sur leurs bénéficiaires (Grand Public) 	<ul style="list-style-type: none"> • Les effets de l'action de la Fondation sur l'engagement des collaborateurs du Groupe Bonduelle

Les résultats exposés dans les prochaines pages sont issus d'une **étude menée auprès** :

- des **lecteurs de la Newsletter** et des **abonnés du compte Instagram « Dans mon Assiette »**,
- des **lauréats 2023 de l'appel à projets Let's Vegg'up**.

LA MÉTHODOLOGIE MISE EN ŒUVRE POUR CE DEUXIÈME RAPPORT D'IMPACT

POUR APPRÉHENDER LES ACTIONS DE COMMUNICATION EXTERNE DE LA FONDATION	POUR APPRÉHENDER LES IMPACTS DES PROJETS SOUTENUS SUR LEURS BÉNÉFICIAIRES
<p>Pour la newsletter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un questionnaire envoyé, en français et en anglais, aux abonnés de la Newsletter de la Fondation, avec 47 réponses obtenues <p>Pour le compte « Dans Mon Assiette »</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un sondage de 11 stories réalisé pendant un mois, sur le compte, avec un nombre de 74 réponses au total. • Une analyse des données statistiques en lien avec les comportements des abonnés du compte (ex : taux d'engagement, nombre de « likes » sur les posts, nombres de vues des stories etc) 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 études de cas avec des porteurs de projets représentatifs des associations soutenues : <ul style="list-style-type: none"> - Le projet « 8000 Paniers Solidaires » de l'association Terra Ferma - Le programme « Ecoles » de l'association Oui Change • L'analyse des documents et données partagés par les associations (données brutes, rapports d'activités, rapports d'impacts...)

PORTÉES ET LIMITES DU RAPPORT

L'opinion de Koreis est que la démarche d'évaluation d'impact restituée dans le présent rapport repose sur une **construction théorique robuste** et sur des processus de collecte et analyse de données transparents. Le présent rapport permet ainsi à la Fondation Louis Bonduelle de partager un **référentiel solide** pour ses travaux d'évaluation d'impact, traduisant sa logique d'action.

Le volume de réponses recueillies pour l'étude des actions de communication externe de la Fondation Louis Bonduelle reste **intrinsèquement réduit**. Dès lors, ces statistiques de petits échantillons conduisent à une restitution avant tout **indicative** et **illustrative** des données collectées. Les données mobilisant autour des impacts des projets soutenus par la Fondation Louis Bonduelle se rapportent à des démarches propres des associations.

L'ensemble du document restitue ainsi de **premières indications** concernant les effets de la Fondation sur ses parties prenantes, qui **demandent à être consolidées et nuancées** dans le cadre des prochains rapports.

NOS ACTIONS AUPRÈS DES COMMUNAUTÉS LOCALES

#Letsveggup: deux projets lauréats à la loupe

Chaque année, avec l'appel à projets participatif Let's Vegg'Up en partenariat avec Ulule, la Fondation Louis Bonduelle cherche à valoriser et soutenir les acteurs qui favorisent l'accès au végétal et s'engagent en faveur de la transition alimentaire.

4 APPELS À PROJETS LANCÉS

739

projets qualifiés identifiés
par Ulule et contactés

103

candidatures

34

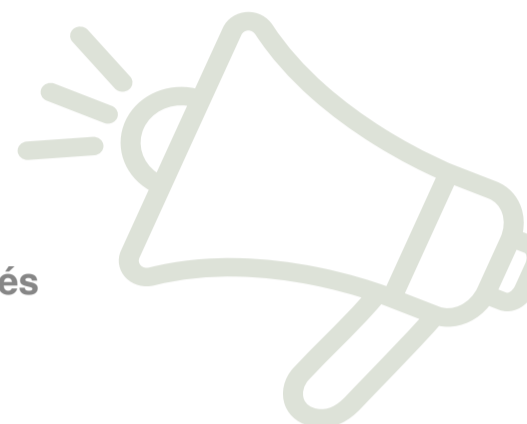
projets présentés
en comité

8

projets lauréats

2

campagnes de financement
participatif terminées
et 6 autres lancées au S2 2023



LES LAURÉATS 2023



France, Castillon-Savès, Gers

Lauréat de la Fondation
Louis Bonduelle :

Un chantier d'insertion
proposant des paniers
de produits frais à prix
solidaire et conditionnés
au suivi d'atelier de
cuisine végétale

[plus d'infos](#)



France, La Vallée au Blé,
Aisne

Le Prix du Public :

L'éco-conseil des enfants,
un parcours de 30
séances pour aborder
les enjeux relatifs à
l'agroécologie
et l'alimentation

[plus d'infos](#)



Italie, Milan, Lombardie

Lauréat de la Fondation
Louis Bonduelle:

Alimentation végétalienne
et lutte contre le
gaspillage en vue d'une
économie circulaire

[plus d'infos](#)



Italie, Mantova, Lombardie

Le Prix du Public :

Un potager productif
qui devient éducatif
grâce à des parcours
pédagogiques

[plus d'infos](#)



Etats-Unis, Los Angeles,
Californie

**Lauréat de la Fondation
Louis Bonduelle :**

Ateliers de cuisine et
de nutrition pour des
familles avec insécurité
alimentaire

[plus d'infos](#)



Etats-Unis, Las Vegas,
Nevada

Le Prix du Public :

Aide à prévenir
l'insécurité alimentaire en
fournissant des paniers
végétaliens gratuits

[plus d'infos](#)



Espagne, national

**Lauréat de la Fondation
Louis Bonduelle:**

Des dessins animés
avec des personnages
de fruits et légumes pour
promouvoir l'alimentation
végétale chez les enfants
de 3 à 7 ans

[plus d'infos](#)

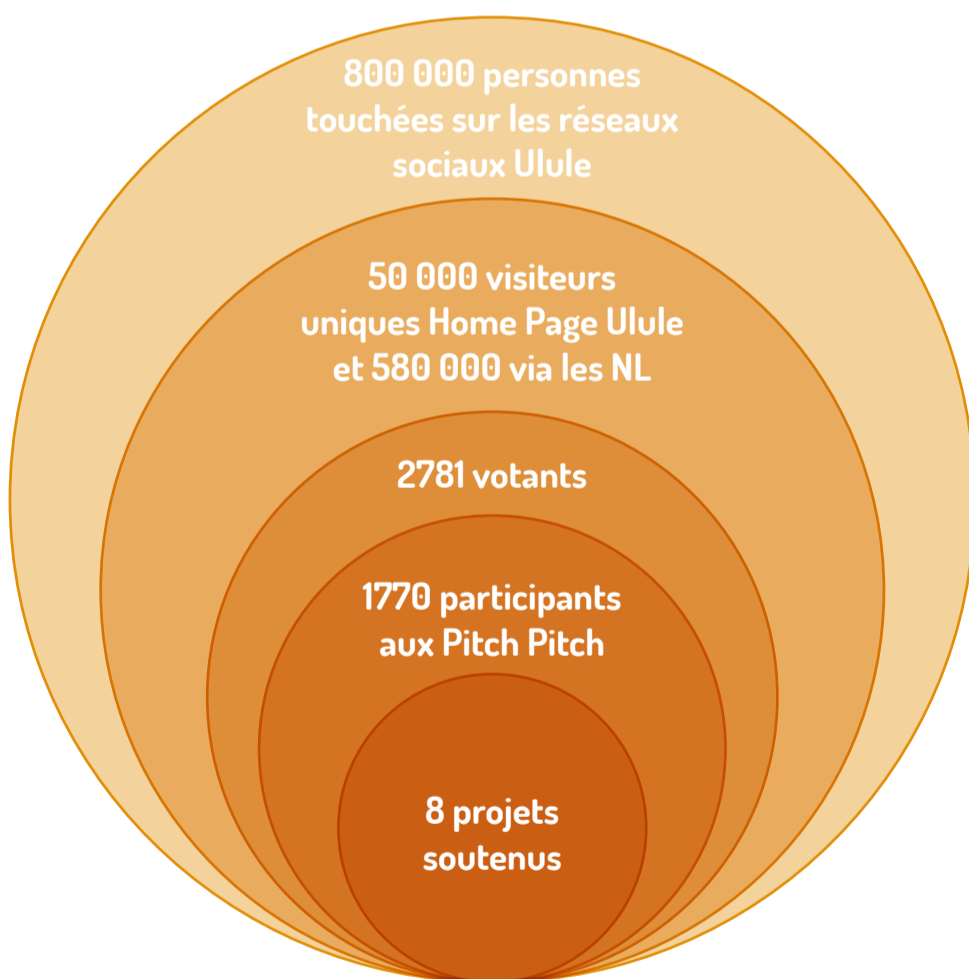


Espagne, national

Le Prix du Public :

#YoNoDesperdicio, une
campagne nationale
de sensibilisation et de
mobilisation du public
contre le gaspillage
alimentaire

[plus d'infos](#)



UN ÉCHO DÉMULTIPLIÉ

L'engagement de la Fondation Louis Bonduelle auprès des projets d'accessibilité à l'alimentation végétale sur Ulule permet de toucher plus de **1,4M personnes*** au cours de l'année.

*Ce chiffre ne prend pas en compte les statistiques liées aux communications de la Fondation Louis Bonduelle et des porteurs de projets.

LES LAURÉATS ET L'IMPACT DE LA FONDATION

En 2022, la Fondation avait proposé une étude de ses effets sur les projets lauréats. Ce deuxième rapport d'impact est l'occasion de documenter les impacts des associations soutenues sur leurs bénéficiaires. Pour ce fait, nous proposons ci-dessous deux études de cas.

LES IMPACTS DES PROJETS SOUTENUS PAR LA FONDATION SUR LEURS BÉNÉFICIAIRES

Chaque année, avec l'appel à projets participatif **Let's Vegg'Up** en partenariat avec Ulule, la Fondation Louis Bonduelle cherche à valoriser et soutenir les acteurs qui favorisent l'accès au végétal et s'engagent en faveur de la transition alimentaire.

En 2022, la Fondation avait proposé une étude de ses effets sur les projets lauréats. Ce deuxième rapport d'impact est l'occasion de **documenter les impacts des associations soutenues sur leurs bénéficiaires**. Pour ce fait, nous proposons ci-dessous deux études de cas.

RAPPEL

Dans les travaux menés, nous distinguons,

- Les **effets** de la Fondation sur les projets
- Les **impacts** des projets sur les bénéficiaires



LE PROJET « 8000 PANIERS SOLIDAIRES », DE L'ASSOCIATION TERRA FERMA

L'association : Jardin de Cocagne Terra Ferma est un **chantier d'insertion** par le maraîchage biologique. Il a pour objectif d'offrir aux personnes en difficulté un outil pour retourner vers l'emploi. Par ce fait, et avec l'accompagnement d'une conseillère d'insertion professionnelle, les salariés du jardin sont accompagnés dans leur transition professionnelle vers un emploi durable.

Le projet soutenu par la Fondation Louis Bonduelle : le projet « 8000 Paniers Solidaires » vise à permettre à des personnes en situation précaire d'accéder à des paniers de légumes bio frais et locaux chaque semaine, ainsi qu'à un accompagnement vers l'autonomie alimentaire, au même titre que les autres adhérents des paniers du Jardin.



Les piliers du projet

1

Donner accès à des **légumes frais, bio et diversifiés** pour toutes et tous

2

Proposer une **aide alimentaire dans un cadre digne** (panier payant, à retirer au même titre que tout autre adhérent)

3

Favoriser l'**autonomie alimentaire** au travers d'**actions d'échanges** (cuisine, conservation, jardinage)

4

Susciter l'engagement et soutenir une structure **œuvrant localement** pour la transition alimentaire et sociale



Pour garantir son action, le projet s'appuie sur différents **leviers d'actions** :

- La **régularité** hebdomadaire du panier
- Un **contrat d'un minimum de 6 mois** pour les adhérents Paniers Solidaires
- Une **contribution financière** de la part de l'adhérent (au maximum 30% du prix du panier)
- Un **accompagnement alimentaire régulier** (échanges avec les salariés, les bénévoles, les partenaires sur l'exploitation et/ou les points de distribution)
- La **mixité sociale** sur les points de distribution avec tous les adhérents Paniers
- **L'organisation d'un programme d'animation** varié autour de l'animation avec les partenaires (visites d'exploitations, ateliers jardinage et cuisine).

LE SOUTIEN APPORTÉ PAR LA FONDATION

En 2023, l'association est lauréate du Prix de la Fondation et reçoit dans ce cadre :

- un **abondement** de 3000 euros du montant collecté via la campagne de financement Ulule,
- un **accompagnement** pour la mise en place de la campagne, avec notamment un soutien autour de la communication.

Au-delà du soutien financier direct, l'association souligne l'**effet levier** permis par la présence de la Fondation Louis Bonduelle. L'abondement proposé constitue un **argument encourageant et valorisant** les dons du Grand Public, quel que soit le montant.

Pour l'association, l'accompagnement proposé pour la préparation de la campagne (conseils pratiques sur les contreparties ou la communication, échanges quotidiens) permet d'appréhender cette dernière avec plus de **sérénité**. Le tournage de la vidéo promotionnelle permet une présentation structurée du projet et de la campagne en cours. Pour autant, le format court et le nombre important de questions à traiter dans la vidéo imposent une **préparation préalable** de la part de l'association.

A l'issue de l'accompagnement, l'association déclare **être davantage équipée** pour réaliser une campagne de façon indépendante.

Le **suivi personnalisé** et la **réactivité** de la Fondation Louis Bonduelle et d'Ulule sont soulignés par l'association, en comparaison à d'autres appels à projets.

Quelques chiffres clés



- **±30 personnes accompagnées en 2023 sur le chantier d'insertion**
- **20-30 Paniers Solidaires distribués par semaine**

« On sent qu'ils sont concernés par ce qu'ils font, plutôt que de simplement lancer un appel à projet et de ne pas le faire vivre. »

Chargée de mission chez Terra Ferma

LES IMPACTS DE L'ASSOCIATION

En 2022, le réseau Cocagne a réalisé une étude d'impact sur les Paniers Solidaires, mis en place depuis une dizaine d'année. Cette étude permet de mettre en lumière les impacts attendus dans les années à venir.

Aujourd'hui, l'association s'inscrit dans une volonté de développement importante, **dans le cadre du Projet Alimentaire Territorial (PAT)** du département.

IMPACT #1

Une amélioration de la consommation alimentaire

73% des répondants déclarent qu'ils consomment plus de légumes depuis qu'ils reçoivent le Panier*

IMPACT #2

Préserver la dignité des personnes

Pour **84%** des enquêté(e)s, payer pour obtenir le Panier est jugé important*

IMPACT #3

Autour des paniers, des activités vectrices de lien ?

86% des participants à plusieurs ateliers déclarent avoir créé de nouvelles relations sociales*



L'ASSOCIATION OUI CHANGE

L'association Oui Change a été créée en avril 2021, avec la volonté d'**accompagner le plus grand nombre de personnes dans leur transition écologique** et de favoriser, pour tous, une **transition joyeuse et solidaire** vers des modes de vie plus durables.

La mission de Oui Change est d'**accompagner les établissements scolaires, les collectivités, les associations, les entreprises et leurs bénéficiaires** (élèves, familles, habitant(e)s, citoyen(ne)s, salarié(e)s) dans leur transition écologique à travers des **programmes ludiques, innovants et créateurs de liens avec les acteurs locaux.**

Quelques chiffres clés

- 31 écoles accompagnées
- 8835 élèves
- 4450 familles adhérentes
- 380 enseignants
- 180 contenus éducatifs sur l'application



Les valeurs du projet

1

Respect de l'Homme et de la Nature : besoin de reconnecter les personnes et en particulier les enfants à la nature

2

Coopération : besoin de chaque initiative pour répondre aux besoins particuliers de chacun(e)

3

Innovation : utiliser des moyens innovants pour former aux grands enjeux de la transition écologique le plus grand nombre de personnes

4

Action : tester des idées et les faire évoluer si besoin ou même les arrêter si elles ne fonctionnent pas

5

Enthousiasme collectif : transmettre à tous cette envie de vivre une transition écologique joyeuse

L'association propose différentes activités:



Le programme Écoles

La **coordination, l'animation et la transmission dans les établissements scolaires d'un programme éducatif** traitant de tous les enjeux de la transition écologique sur un cycle de trois années d'une façon ludique et adaptée à l'âge.

3 ateliers sont proposés :

- l'atelier « **Consommation** », autour d'une consommation durable sans déchets
- l'atelier « **Climat** », autour des impacts des actions de l'Homme sur la planète et des solutions pour les limiter
- l'atelier « **Alimentation** », autour d'une alimentation durable, meilleure pour la santé et pour la planète



La restauration collective

L'accompagnement des **collectivités et des sociétés de restauration collective** pour la mise en place et l'acceptation du menu végétarien hebdomadaire dans leurs cantines.



La sensibilisation du Grand Public

L'animation de moments **conviviaux de prise de conscience** (fresques, ateliers cuisine, grands jeux quizz...)

LES LIENS AVEC LA FONDATION

En tant que lauréate de l'appel à projets 2023, l'association a également reçu un **abondement** de 3000 euros du montant collecté via la campagne de financement Ulule et un **accompagnement** à la mise en place de cette dernière.

En parallèle du soutien financier et de la réalisation de la vidéo de campagne, l'association souligne la **mise en place d'un mécénat de compétences** avec les salariés du Groupe Louis Bonduelle.

« La Fondation nous a rappelé pour nous dire que Bonduelle voulait lancer l'engagement civique. [...] Ça nous intéresse que nos salariés participent à vos ateliers. Donc, il y a des salariés qui ont aidé à animer des ateliers. [...]

Il y a eu 20 salariés qui ont animé des ateliers dans une école. »

Co-Fondatrice de l'association



LA RECHERCHE AU SERVICE DE LA SENSIBILISATION: LA CHAIRE ANCA

Cette approche se concrétise par un partenariat à long terme avec la Chaire Anca, une collaboration avec AgroParisTech ayant pour objectif de favoriser l'accès universel à une alimentation saine et durable. Grâce à cette initiative, notre objectif est de développer les connaissances concernant les comportements alimentaires et l'impact des actions sur le terrain.

En 2021, ce partenariat a notamment permis le lancement d'un tout nouveau programme immersif et novateur. Ce programme a réuni 12 500 abonnés âgés de 18 à 35 ans et a été diffusé exclusivement sur Instagram ([@jemangepourlefutur](https://www.instagram.com/jemangepourlefutur)) du 1er mars au 23 mai 2021.



DE 2023 À 2025, CETTE COLLABORATION SE RENFORCERA PAR :

- un programme de recherche et action sur l'alimentation durable, les pratiques et les connaissances culinaires de populations flexitariennes
- une action de sensibilisation sur des repas sans viande auprès d'une population estudiantine

La finalité de ces deux projets est la construction d'une stratégie éditoriale, traduite dans un média de sensibilisation à destination des Millénials, ainsi que sur les canaux de communication externes de la Fondation.

Alimentation durable & pratiques /connaissances culinaires

Tester et mesurer le levier de changement de comportement

Cible : populations flexitariennes et pratiques culinaires ?

Comment?

- Capitalisation mesures d'impacts des contenus JMPLF1&2 (test outils, engagements) + revue de la litt.
- Programme de recherche-action

2023

2024

2025

Alimentation durable & inégalités sociales et de santé

Projet ANR «SUBMEAT»

- Impacts des substitutions de viande sur les comportements alimentaires et profils nutritionnels en fonction du statut socioéconomique
- Des expériences et des interventions pour accompagner les choix des consommateurs des restaurants universitaires/et domicile vers des repas sans viande de meilleure qualité nutritionnelle.

→ Cible des étudiants boursier/non boursiers - action de sensibilisation

Source : Chaire Anca

LA COMMUNICATION EXTERNE AU SERVICE DE LA MISSION

Notre but est de faire de chaque communication un moteur du changement des habitudes alimentaires. Cette approche éducative se concrétise à travers nos présences sur Instagram, notre newsletter, ainsi que notre site web. Ce dernier est continuellement révisé au niveau du contenu et de la structure pour inspirer nos visiteurs à adopter concrètement une alimentation plus végétale et à s'engager activement dans des initiatives de projets citoyens.



LE SITE INTERNET DE LA FONDATION

En 2022, le site a enregistré un trafic de plus de 1.130.000 visiteurs, dont plus d'un quart sont âgés de 18 à 34 ans, ce qui correspond à la cible de la Fondation. Cette année a vu une mise à jour importante de la rubrique phare du site, la Galerie des Légumes, et la publication de 11 articles et 4 vidéos éducatives sur l'alimentation durable et la transition alimentaire, ainsi qu'un e-book sur la transition alimentaire.

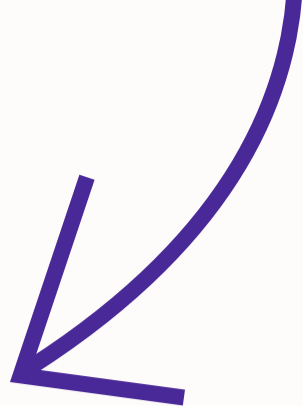
[Visiter le site](#)



DANS MON ASSIETTE : LE MÉDIA DIGITAL SUR LA TRANSITION ALIMENTAIRE ET LA VÉGÉTALISATION

Ce magazine collaboratif sur Instagram avait pour objectif d'accompagner progressivement les jeunes actifs et jeunes parents dans la transformation de leurs habitudes alimentaires. L'initiative visait à établir une communauté fondée sur la bienveillance, la solidarité, le partage, et l'échange de bonnes pratiques, en s'appuyant notamment sur l'influence de personnalités reconnues comme autorités sur ce réseau social.

Forts de 3150 abonnés, il a permis de tester un large éventail de formats avec une tonalité enjouée, légère et positive, pour une prise de parole plus marquée et impactante. Le travail de recherche de la Chaire Anca s'inscrit dans cette continuité.



LE COMPTE « DANS MON ASSIETTE »

En 2021, la Fondation Bonduelle lance le **compte Instagram « Dans Mon Assiette »** afin d'avoir une action directe sur le Grand Public. Le compte a pour but de **donner des conseils et proposer des recettes** aux abonnés, en lien avec la transition alimentaire et l'alimentation végétale.

LES OBJECTIFS DU COMPTE

Informier et sensibiliser les abonnés autour de l'alimentation durable...

Le compte Instagram propose du **contenu au « Grand Public »**. L'audience reste majoritairement **féminine**, mais est **plus jeune** que celle de la Newsletter.

Les publications du compte ont vocation à **informer** les abonnés du compte, et au-delà, à **participer à l'amélioration de leurs connaissances sur l'alimentation durable et végétale**.

Depuis qu'ils suivent le compte,

- 9 répondants (sur 11) disent **mieux connaître les fruits et légumes de saison**.
- 4 répondants (sur 10) déclarent avoir reçu des conseils pour **cuisiner différemment**.

Quelques chiffres

- **3120** abonnés
- **52 140** interactions
- **83** publications
- **2 millions** de comptes touchés

... pour participer au changement de leurs habitudes alimentaires.

Les abonnés du compte constituent une cible **intéressée par l'alimentation végétale**.

Malgré une limite autour de la mise en pratique des conseils proposés par le compte, différents indices traduisent une volonté de changer leurs **habitudes alimentaires et modes d'alimentation** :

- 11 répondants (sur 14) **mangent « parfois » ou « souvent » des plats végétariens**.
- 5 répondants (sur 5) déclarent **avoir envie** de tester des légumineuses, à la suite d'un post sur le sujet.
- 3 répondants (sur 7) **cuisinent davantage** depuis qu'ils suivent le compte.
- 1 répondant (sur 8) **a déjà testé** une des recettes du compte.

**Les internautes :
une cible toujours
féminine, mais plus
jeune que la Newsletter**



93% sont des **femmes**

81% ont entre **25 et 44 ans**



LA NEWSLETTER : INFORMER, INSPIRER ET METTRE EN AVANT LES ACTIONS DES ASSOCIATIONS

20 ans d'échanges, de partage et de transmission. Depuis 2004, chaque mois, la newsletter de la Fondation informe ses 8700 abonnés sur les dernières actualités de la transition alimentaire vers le végétal, les appels à projets de la Fondation et la recherche scientifique. Au cours de ces deux décennies, elle a aussi évolué avec ses publics. D'abord concentrée sur des profils experts, elle porte aujourd'hui sa voix sur le soutien des actions de terrain et avec la volonté d'améliorer les connaissances de tout un chacun sur les sujets de transition alimentaire. Son impact a également été l'objet d'une évaluation approfondie.



LA NEWSLETTER DE LA FONDATION

LES OBJECTIFS DU COMPTE

Des profils « experts... »

Les lecteurs de la Newsletter, ayant répondu au questionnaire, ont des profils « experts ». Ce sont notamment des **professionnels externes**, exerçant en lien avec les thématiques traitées par la Newsletter :

- 64% sont des **académiques** ou des **professionnels des secteurs de la santé et de l'alimentation**.
- Parmi ces derniers, **10% des répondants déclarent être salariés du Groupe**.

Quelques chiffres

- Depuis **2018**
- **8700** interactions
- **2** langues
- **1** envoi mensuel



Les lecteurs :
une majorité
de femmes
en activité



70% sont
des **femmes**

87% ont plus
de **40 ans**

Comment les lecteurs ont-ils découvert la Newsletter ?

- **Plus de la moitié** ont découvert la Newsletter de **façon autonome**, lors de recherches sur les sujets de transition alimentaire et d'alimentation végétale.
- Les lecteurs salariés de Bonduelle ont découvert la Fondation grâce à leurs **interactions avec le Groupe Bonduelle**.

... avec une forte conscience des enjeux autour de la transition alimentaire.

Les répondants témoignent d'une forte conscience des enjeux autour de la transition alimentaire, ainsi que de leur pouvoir d'agir en faveur de cette dernière :

- 53% des répondants déclarent qu'il y a **urgence autour de la transition alimentaire** et 51% estiment qu'ils ont un rôle à jouer dans cette dernière, par leur **consommation**.
- Plus de 38% **souhaitent agir** pour la transition alimentaire et 36% estiment **avoir les capacités et les connaissances** pour cela,
- 36% déclarent **déjà agir** pour la transition alimentaire.

94%

des répondants déclarent **s'engager pour la transition alimentaire** à différents niveaux

DES EXEMPLES DE CONTENU DE LA NEWSLETTER



Cette conscience des enjeux sur la transition alimentaire se traduit également par une volonté des lecteurs de **s'informer pour gagner en connaissances et changer leurs habitudes de consommation**.

En ce sens, les contenus les plus recherchés par les lecteurs dans la Newsletter sont :

- Du contenu thématique sur l'alimentation végétale (32% des répondants)
- Du contenu issu de la recherche scientifique de la Fondation Louis Bonduelle (27%)
- Du contenu thématique sur la transition alimentaire (23%)

Des recettes



Des articles

Une seule santé, pour la planète et pour l'homme

2023 : Let's Vegg'up, 4 appels à projet à ne pas manquer

« La sauce fait le plat », interview de Chloé Charles une cheffe spécialisée dans les sauces végétales



LES EFFETS DE LA NEWSLETTER

Une amélioration de la connaissance des lecteurs sur les sujets de transition alimentaire

Les contenus partagés viennent sensibiliser et outiller les lecteurs :

- 63% déclarent que la **Newsletter leur a permis d'améliorer leurs connaissances sur les sujets de l'alimentation végétale et de la transition alimentaire.**
- 66% estiment avoir **accès à des ressources utiles** (ex : recettes, articles, infographies...) **sur ces mêmes sujets.**

De plus, la Newsletter vise à encourager la curiosité des lecteurs, ainsi que leur proactivité. Ainsi, grâce à la Newsletter :

- Plus de la moitié des répondants ont **lu un article** sur le site de la Fondation.
- 43% ont **approfondi les sujets lus** dans la Newsletter, notamment par de nouvelles recherches.

Des retombées sur les habitudes et les mentalités des lecteurs



Pour certains des répondants, cette **sensibilisation se traduit par une évolution de leurs discours et pratiques :**

- 55% estiment que la Newsletter a permis un **changement de regard** sur les sujets d'alimentation.
- 42% des répondants déclarent une **évolution dans leurs pratiques et discours dans leurs vies personnelle et professionnelle.**

Différents exemples sont partagés par les lecteurs. Grâce à la Newsletter,

- Un quart des personnes répondantes **ont testé une des recettes proposées et/ou appliqué un conseil** donné dans la Newsletter.
- 30% ont déjà **relayé une information** partagée **parmi leur entourage personnel.**
- 13% ont déjà **participé à une action de bénévolat** autour des thématiques traitées.

Les retombées indirectes de la Newsletter

Les actions de la Newsletter étant majoritairement dirigées vers des professionnels, ces derniers peuvent avoir **une application directe dans leurs métiers.** Cette application encourage ainsi des **retombées indirectes sur le domaine d'exercice** des professionnels :

- 17% ont déjà relayé une information ou un article de la Newsletter dans le cadre de leur métier.





Le contenu de la Newsletter mobilisé dans le cadre de cours ou de formation

Une grande partie des lecteurs de la Newsletter travaillent dans l'enseignement, en lien avec les thématiques traitées.

45% des lecteurs sont dans des postures enseignantes et parmi eux,

- 35% enseignent en études supérieures.
- 27% en étude de santé, médical ou paramédical et 18% en agro-alimentaire.

Dans le cadre de leurs interventions, **des éléments de la Newsletter sont mobilisés :**

- 45% des répondants déclarent **avoir mobilisé un article de la Newsletter dans le cadre de leurs cours.**

Une sensibilisation accrue aux actions de la Fondation

89% des répondants déclarent **connaître la Fondation Louis Bonduelle et ses actions.**

De plus, la Newsletter est un vecteur de visibilité pour ces dernières. Grâce à la Newsletter :

- 21% des répondants déclarent **avoir voté pour un projet** lors d'un appel à projet de la Fondation.
- 13% **ont déjà regardé un live et/ou participé à un évènement en ligne** dans le cadre des actions de la Fondation.



LE FUTUR DE LA NEWSLETTER

Les lecteurs ont également été interrogés sur leurs **attentes** concernant les futures newsletters.

Ces derniers expriment leur souhait d'avoir accès à :

- **Du contenu permettant de monter en compétences sur la transition alimentaire** : 66% souhaiteraient lire davantage d'articles sur la transition alimentaire et l'alimentation végétale et 49% voudraient avoir accès à des outils et infographies sur l'alimentation.
- **Des conseils pratiques pour leur alimentation** : 60% voudraient plus de contenu type « conseils et astuces » et 43% des nouvelles recettes.

« Rien à signaler. Continuez comme vous êtes. »

Un lecteur de la Newsletter



7,8/10

C'est la moyenne attribuée par les lecteurs à la Newsletter

ORGANISATION DE LA FONDATION

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration compte 5 membres indépendants et qualifiés dans les domaines d'intervention de la Fondation, et 4 représentants de Bonduelle. Sa fonction est de déterminer les grandes orientations de la Fondation, évaluer les initiatives menées, approuver le budget et voter les projets. Il a été complètement renouvelé en juillet 2023 pour un mandat de 2 ans.

LES ADMINISTRATEURS INTERNES BONDUELLE



Christophe Bonduelle
Président



Xavier Unkovic
CEO



Céline Barral
Directrice RSE



Eloïse Castagna
Expert Recherche et
Développement sur
les comportements
alimentaires

LES ADMINISTRATEURS EXTERNES



Loic Yviquel
Co-fondateur
So Good,
Entrepreneur Social



Chantal Monvois
Conseil en
mécénat et RSE



Gaspard Bricout
Chef de projets RSE
transition écologique
et énergétique
chez Immobilière
Kingfisher



Marie Dewavrin
Responsable
Partenariats -
Hectar



Heather Noreen
Co-Fondatrice
association
OuiChange

LA VIE DE LA FONDATION EN 2022-23

L'équipe permanente de la Fondation s'organise autour de :

- **Elodie Levrier** (France)
Coordination des activités internationales de la Fondation
- **Maria Chiara Appignani** (Italie)
Innovation Manager à Bonduelle Italia
- **Silvia Ferreira** (Espagne)
Brand & Digital Marketing Retail Bonduelle Espana
- **David Schraeder** (États-Unis)
Senior Communications Leader
- **Alexandru ION** (Roumanie)
Social Media Manager Bonduelle Romania

La Fondation est chargée de la conception et de la gestion des programmes, de l'établissement de partenariats, et de la préparation des orientations stratégiques à soumettre au Conseil d'Administration par le biais du Bureau de la Fondation. Dans cette optique, elle analyse les dossiers, supervise la mise en œuvre des actions sélectionnées, et assure la gestion des budgets.

LES PARTENAIRES PRINCIPAUX EN 2022-23



AGROPARITECH – CHAIRE ANCA

Un Think&Do Tank pour comprendre et accompagner les comportements alimentaires des 18-35 ans vers des régimes plus durables. Coordonne les mesures d'impact des projets de la Fondation.



AGENCE KAROTT'

Agence de communication spécialisée dans le domaine de la santé et la nutrition. Responsable éditorial du site Internet de la Fondation.



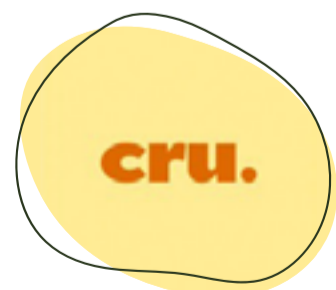
ULULE

Incubateur participatif des Appels à Projets de la Fondation.



AGENCE INOUIT

Agence web et UX spécialisée dans le design d'expérience utilisateur. Responsable du développement du site Internet de la Fondation.



AGENCE CRU

Agence de communication et studio de création dédiés à l'univers culinaire et à l'alimentation durable. Responsable éditorial du projet DansMonAssiette et du Prix de la Fondation Louis Bonduelle.



AGENCE KOREIS

Cabinet de conseil et recherche spécialisé en évaluation d'impact social et en accompagnement de l'innovation sociale. Accompagne dans la définition de la mesure d'impact et la rédaction d'un rapport d'impact pour la Fondation.



NOTE FINANCIÈRE

Dix-huitième année d'activité pour la fondation.

La fondation s'est recentrée sur les actions emblématiques. Un complément au programme d'action pluriannuel a été décidé par le conseil du 29 juin 2022 et a été contractualisé par avenant. L'arrêté préfectoral du 7 janvier 2020 a autorisé la modification des statuts de la Fondation d'entreprise Louis Bonduelle, validant ainsi son 4^e programme pluriannuel pour la période de 2019 à 2024, dont le montant total s'élève à 1 250 000 euros, garantis par des cautions bancaires.

FONCTIONNEMENT

La Fondation Louis Bonduelle est une fondation d'entreprise créée en octobre 2004 et financée par le Groupe Bonduelle. Sa mission est de faire évoluer durablement les comportements alimentaires dans un contexte dégradé de santé publique. La prorogation de la fondation a été actée par le conseil d'administration en date du 2 décembre 2009 pour une durée de 99 ans.

PRINCIPES, REGLES, ET METHODES COMPTABLE

Les conventions générales comptables ont été appliquées conformément aux principes généraux d'établissement et de présentation des comptes annuels et notamment le règlement CRC n°2009-01 du 3 décembre 2009. Les comptes annuels ont été élaborés et présentés conformément aux règles comptables dans le respect du principe de prudence et d'indépendance des exercices et en présumant le principe de continuité de l'exploitation. L'évaluation des éléments inscrits en comptabilité a été pratiquée par référence à la méthode des coûts historiques.

FONDS DÉDIÉS ET ENGAGEMENTS HORS-BILAN

Les actions en cours correspondant à des engagements à réaliser sur ressources affectées sont positionnées au passif du bilan en Fonds dédiés. Les entreprises fondatrices ont décidé en date du 14 novembre 2019 de mettre en place un quatrième programme d'action pluriannuel d'un montant total de 1 250 000 €, et ce pour la période 2020 à 2024.

Les versements des fondateurs sont étalés sur 5 ans selon la répartition suivante :

- Bonduelle SA : 15 000 € par an, soit un total de 75 000 €
- Bonduelle Europe Long Life : 235 000 € par an, soit un total de 1 175 000 €.

Ces versements sont garantis par une caution bancaire donnée par le CRCA NDF.

Bilan

Les échéances des dettes et créances sont inférieures à un an.



CONTACT

COORDINATION DE LA FONDATION
LOUIS BONDUELLE

Elodie Levrier

fondationlouisbonduelle@bonduelle.com

