

GRØN JANUAR

- Hvert grønt måltid tæller



**BLIV EN DEL AF KAMPAGNEN
GRØN JANUAR 2025**

GRØN JANUAR

Hvorfor deltage i Grøn Januar?

Grøn Januar giver dig mulighed for at promovere din virksomheds plantebaserede udvalg og samtidig hjælpe forbrugere på vej, der ønsker at spise grønnere.

Forbrugerundersøgelsen lavet i samarbejde med COOP analyse viser, at rekordmange danskere har et ønske om at spise mindre kød (2023). Dog har de brug for hjælp til at spise flere plantebaserede måltider. Med Grøn Januar kan du:

- Tilbyde nye grønne retter og produkter i januar, hvor forbrugerne er mest motiveret for vanecændringer.
- Inspirere forbrugerne og gøre det lettere for dem at vælge grønne måltider, både når man spiser ude, skal have et hurtigt måltid på farten eller handler ind til et måltid derhjemme.

Fordele for din virksomhed

- Styrkelse af virksomhedens image
- Positiv indvirkning på ESG og Scope 3
- Forbedret konkurrenceevne
- Øget salg og profit
- Netværk muligheder og samarbejde

Udvidelse af kundesegmentet og større kundeloyalitet



Om Grøn Januar:

Grøn Januar er en kampagne, der sætter fokus på plantebaseret mad.

Dette gøres ved at synliggøre og oplyse om udbuddet af plantebaserede retter og produkter i landets supermarkeder, spisesteder, kantiner med mere.

Grøn Januar er således ikke en udfordring, men en opfordring til at vælge de plantebaserede muligheder og produkter til.

Kampagnen er udviklet af Dansk Vegetarisk Forening.

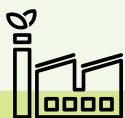
Hvordan deltager min virksomhed?

Ved deltagelse i kampagnen bruges Grøn Januar logoet til promovning af produkter, retter og opskrifter med rent plantebaserede ingredienser. Hvis du vil have delt et tilbud eller en nyhed på vores sociale medier, skal de sendes inden d. 16. december 2024. Nedenfor kan du se, hvilke retningslinjer du skal efterleve alt efter din virksomhedstype.



Supermarkeder

- Fokus på 100% plantebaserede varer i januar gennem spotvarer, tilbud og opskrifter, der giver inspiration til veganske retter.
- Bruge Grøn Januar logoer til promovning af det veganske sortiment i tilbudsavisen, fysisk i butikkerne og/eller på sociale medier.
- Minimum 4 opslag med logo på sociale medier, hvis logoet kun bruges på sociale medier.



Producenter

- Brug af Grøn Januar logoet i markedsføring af veganske produkter i januar
- Minimum 4 opslag på tværs af sociale medier med brug af logo



Grossister

- Lav tilbud og inspirerende opskrifter på jeres 100 % plantebaserede produkter til jeres kunder.
- Brug af Grøn Januar logo i de fysiske butikker og/eller på hjemmeside **eller**
- Minimum 4 opslag, hvis logo kun benyttes på sociale medier



Spisesteder

- Skal minimum have en 100 % plantebaseret ret på menuen
- Hvis bestanddele i retten er tilberedt samme sted som animalske produkter, kan I stadig deltage, men det skal synliggøres klart i markedsføringen, hvor Grøn Januar logoet benyttes
- Enten have tilbud på plantebaserede retter, tilføje en eller flere 100 % plantebaserede nyheder og/eller have betydelig øget synlighed på det plantebaserede i januar
- Bruge Grøn Januar logoer i promovning af nyheder, plantebaseret sortiment, og/eller tilbud på sociale medier, skilte og lignende.
- Minimum 4 opslag med logo på sociale medier, hvis logo ikke bruges fysisk på spisestedet



Kantiner

- Skal minimum tilbyde én mættende 100% plantebaseret valgmulighed hver dag i januar
- Logo kan bruges i kantinen til at informere om deltagelse i kampagnen eller sociale medier
- Kantinen/frokostordningen kan herudover vælge at have en ugentlig 100 % plantebaseret dag eller servere plantebaseret hele måneden

Hvordan kommunikerer du bedst?



Navngivning og brug af ord i markedsføring:

Kommunikér om de plantebaserede retter, så de appellerer til en bredere målgruppe.

- Brug ikke 'vegansk', 'vegetarisk', 'veggie' og 'kødfri' i din kommunikation
- Fokuser i stedet på smag, ingredienser, tekstur, oprindelse og lignende fx linselasagne med varme krydderier fremfor vegansk lasagne
- Brug små piktogrammer eller symboler til at indikere de veganske retter på menukortet eller skilte så dem der aktivt tilvælger det stadig kan finde retterne



Hvis du vil have hjælp til kommunikationen af nye grønne retter, så er du altid meget velkommen til at kontakte os.

Definition af plantebaseret i Grøn Januar kampagnen

Plantebaseret refererer til produkter og retter, hvor ingredienserne er planter eller stammer fra planter. Retter og produkter, der promoveres i Grøn Januar, må derfor ikke indeholde animalske ingredienser eller ingredienser, der stammer fra dyr.

Plantebaseret omfavner også veganske retter og produkter, hvor der yderligere ikke er brugt dyr i fremstillingen af retten/produktet og ingredienserne i alle produktions- og forarbejdningsstrin.

Denne definition omfavner derfor ikke vegetariske retter eller produkter, da de kan indeholde æg, mejeriprodukter og honning.

I Grøn Januar-kampagnen er det tilladt at promovere retter, hvor ingredienser er tilberedt samme sted som animalske. Dette skal dog oplyses som en del af markedsføringen i kampagnen.



Tilmelding

- Det er gratis at deltage i Grøn Januar og tilmelding sker ved at sende jeres logo på mail til kampagneleder på **claire.demontreuil@vegetarisk.dk**
- Logo lægges på vores hjemmeside og bruges til at lave opslag om deltagere på blandt andet LinkedIn
- Ved tilmelding accepterer man de gældende retningslinjer for deltagelse



Kampagneleder Claire Demontreuil

Logofarver



Mørk grøn

RGB: 7 - 150 - 82
CMYK: 85 - 16 - 91 - 3
HEX: #079652
Pantone: 348 C



Lys grøn

RGB: 110 - 190 - 74
CMYK: 61 - 0 - 96 - 0
HEX: #6ebe4a
Pantone: 7489 C

GRØN JANUAR
- arrangeret af Dansk Vegetarisk Forening

Brug af logoer

- Logoer med mere må benyttes fra 27/12-31/1 i forbindelse med markedsføringen af veganske produkter, retter og menuer. For eksempel menukort, wobblers, omkring prisskilte, tilbudsaviser og SoMe annoncer
- Logoer må **ikke** benyttes på produktemballage
- Du bedes sende materiale, hvor du bruger Grøn Januar logoerne til godkendelse hos Dansk Vegetarisk Forening til claire.demontreuil@vegetarisk.dk
- Alle logo-filer kan downloades **her**

Flere muligheder for din virksomhed



Tag Grøn Januars SoMe kanaler i opslag og brug hashtagget #grønjanuar på SoMe

- Sponsorér en konkurrence og få et opslag på Grøn Januars SoMe (OBS! Minimum værdi af 500 kr.)
- Mulighed for fælles opslag på Grøn Januars Instagram
- Modtag vores Grøn Januar plakat til print
- Opkvalificeringsmateriale målrettet personale på deltagende spisesteder om hvordan de grønne valgmuligheder bidrager til omstillingen mod et mere bæredygtigt fødevarer system
- Ræk ud til andre deltagere for samarbejde
- Se deltagere **her**

Gode eksempler på brugen af Grøn Januar logoet

KONKURRENCE



THE ORGANIC CRAVE PROTEIN CHIPS SWEET CHILI

THE ORGANIC CRAVE PROTEIN CHIPS SOUR CREAM & ONION TASTE



GRØN JANUAR

Sourdough with **TEMPT**



GRØN JANUAR

- Det klart, ny start!



GRØN JANUAR
- arrangeret af Dansk Vegetarisk Forening

LAD OS PRÆSENTERE...

BERGA MOTTE

GRØN JANUAR



VEGANISK FASTELAVNSBOLLE MED SYRLIG BERGAMOTTEFROMAGE, EKSKOTISK PASSIONSFROMAGE OG PYNDET MED TØRRET MORGENFRUE

VI SKYDER ÅRET OG DAGEN I GANG MED GRØN JANUAR

I samarbejde med Dansk Vegetarisk Forening



2 STK **32,-**

OAT LY!

De kan altid vælge bæredygtigt til kaffen

7 ELEVEN



GRØN JANUAR
- arrangeret af Dansk Vegetarisk Forening

30,-

13,-

4,-

25,-

5,-

45,-

Hvad siger tidligere deltagere om Grøn Januar?

Uanset om du er vegetar, veganer eller bare gerne vil spise mere plantebaseret, synes vi i Lagkagehuset ikke, at du skal snydes for lækkert bagværk. Derfor er vi glade for at deltage i Grøn Januar.

For os er kampagnen en fremragende mulighed for at fremhæve vores grønne, plantebaserede alternativer og samtidig en god anledning til at tænke i nye, grønne innovationer.

Vi ser frem til at fortsætte med at tilbyde lækre, grønne valgmuligheder og ser Grøn Januar som en påmindelse og anledning til at sætte ekstra fokus og skub i den grønne retning.

- Morten Vedel, CMO, **Lagkagehuset**.



Inco Cash & Carry deltager i Grøn januar, da vi ønsker at sætte ekstra fokus på vores plantebaserede sortiment, som dækker alt lige fra fastfood til måltider, der tager længere tid at tilberede.

År for år oplever vi, at interessen for det plantebaserede sortiment vokser og tillige oplever vi en spændende produktudvikling inden for de plantebaserede convenience produkter og dét vil vi gerne være med til at videreformidle til vores kunder.

-Kristina Møller Guterud,
Marketingchef, **INCO**

Grøn Januar 2024 bød på en stor nyhed fra MATR Foods. Vi kunne med stolthed offentliggøre lancering af vores produkter på Nemlig.com, så forbrugerne endelig selv kunne lave lækker mad med MATR. **I samarbejde med arrangørerne af Grøn Januar fik vi spredt budskabet om nem og lækker grøn madlavning** på hjemmefronten. Vi ser frem til næste års arrangement!

- Emil Kleis Boll, Event Manager og Kommunikation, **MATR FOODS**

Grøn Januar kampagnen er gået super godt, **vi er glade for at bakke op og kan endda se en stigning i salget af veganske varer i perioden.**

-Frida Lundsgaard, Brand Manager.
7-Eleven

