



Le 01/09/2022

L214 lance VegOresto Pro pour aider les entreprises à développer leur offre végétale

Pour l'occasion, des spots TV sont diffusés sur BFM Business jusqu'en décembre

Avec le lancement de [VegOresto Pro](#), L214 enrichit sa palette d'outils pour accompagner la végétalisation de l'alimentation en France : données sur le marché du végétal, annuaire de produits vegan, mise en relation avec les fournisseurs, formations à la cuisine végétale, recettes clés en main, conseils de communication... de nombreuses ressources gratuites sont mises à disposition des professionnels de la restauration et de l'agroalimentaire pour développer une offre végétale gourmande et accessible.

Depuis 2015, le site [VegOresto.fr](#) permet au grand public de trouver où manger vegan au restaurant, grâce à son moteur de recherche dédié. En 8 ans, l'équipe salariée et les bénévoles de l'association ont convaincu de nombreux restaurateurs d'intégrer une offre végétale à leur carte, grâce à des défis en restaurants, des échanges personnalisés, des interventions auprès des chefs et des futurs chefs, etc. Aujourd'hui, plus de 3 000 restaurants ont ainsi été référencés sur l'application. Forte de cette expertise, L214 a

décidé d'étendre son accompagnement à l'ensemble des entreprises souhaitant développer leur offre végétale en lançant VegOresto Pro.

VegOresto
PRO

Développer votre offre végétale n'a jamais été aussi simple.

VegOresto Pro propose un accompagnement gratuit à tous les professionnels de la restauration et de l'agro-alimentaire souhaitant proposer ou développer une offre végétale.

Nous contacter



→ **[Découvrez le site VegOresto Pro dédié aux professionnels de l'alimentaire](#)**

Depuis le 29 août et jusqu'au 4 décembre, quatre différents spots vidéo seront diffusés sur BFM Business. **Cette campagne publicitaire à la télévision est une première pour L214 : elle vise à mettre un coup d'accélérateur pour donner envie à tous les dirigeants et cadres d'entreprises de se lancer dans l'aventure du végétal, dont le marché est plus dynamique que jamais.**

Pour Alexandra Coché, responsable du pôle Food de l'association L214 : « *C'est la première fois que nous avons une telle occasion de visibiliser les opportunités qu'offrent la gastronomie végétale et notre accompagnement des professionnels. L'association L214 est souvent associée uniquement à ses enquêtes, alors que ses activités sont bien plus larges que cela. Avec mon collègue Olivier Heraud, nous voulions que les spots nous ressemblent et donnent envie aux entreprises de travailler avec nous.* »

L'association a fait appel à des entrepreneurs du végétal pour illustrer les opportunités offertes par ce marché. Rodolphe Landemaine (fondateur des boulangeries [Maison Landemaine](#) et [Land&Monkeys](#)) et Nicolas Schweitzer (fondateur et CEO de [La Vie](#), entreprise qui produit des lardons et du bacon en version végétale) se sont prêtés au jeu en intervenant dans ces spots TV, convaincus de longue date qu'une nouvelle gastronomie, respectueuse des animaux et de la planète est en marche.

Pour Rodolphe Landemaine, fondateur des boulangeries Land&Monkeys : « *C'est la chance incroyable d'écrire un nouveau*

pan de la gastronomie. Avec Land&Monkeys, nous nous sommes donné la mission de garder le meilleur de la tradition boulangère à partir d'un nouvel économat : zéro ingrédient issu de l'exploitation animale. Attention, la recherche du goût reste notre moteur, nous n'abandonnons rien de la tradition gastronomique française ! »



[→ Découvrir les 4 spots de la campagne \(libres de droits\)](#)

Contact presse :

Alexandra Coché (responsable du pôle Food L214) : 07 54 38 59 79

Olivier Heraud (chargé de mission VegOresto Pro) : 06 37 49 90 41

L'initiative VegOresto

VegOresto est une initiative de l'association de défense des animaux L214, qui invite les chefs à ajouter un menu vegan à leur carte. Une centaine d'ambassadeurs bénévoles aux quatre coins de la France mettent régulièrement les restaurateurs au défi de cuisiner un menu 100 % végétal : une expérience enrichissante en cuisine, qui rencontre également du succès auprès de la clientèle. Depuis janvier 2015, plus de 700 chefs ont relevé ce défi dans plus de 40 villes. À ce jour, plus de 3 100 établissements de restauration en France ont signé la [charte VegOresto](#), pérennisant ainsi une offre 100 % végétale à leur carte.

[VegOresto intervient également en écoles hôtelières](#) afin de présenter aux futurs professionnels de la restauration toute l'importance de savoir s'adapter aux évolutions de consommation de la clientèle. Ces interventions répondent aux référentiels de

certification de l'Éducation nationale, notamment à celui du niveau bac pro : « être à l'écoute de la clientèle, y compris spécifique : menu végétarien, végétalien... ». Une [exposition gratuite](#) sur la cuisine végétale est également à disposition des établissements.

→ [Le site VegOresto.fr](#)

La prochaine édition de Veganuary

En janvier 2023, le challenge [Veganuary](#), originaire du Royaume-Uni, revient en France pour sa 3e édition. Relai officiel de la campagne, L214 promeut ce mois de janvier vegan, qui invite à tester une alimentation 100 % végétale pendant un mois. Veganuary, c'est l'occasion pour chacun de repenser son mode d'alimentation, de manger sans produits animaux, de découvrir une autre source de plaisir gustatif et ainsi de contribuer à réduire significativement son impact sur l'environnement et les animaux. C'est aussi, pour les entreprises, une opportunité de mettre en valeur leur offre végétale, avec un lancement de produit ou des promotions sur l'offre existante. En janvier 2022, elles ont été plus de 80 à participer en France : des chaînes de supermarchés ou des marques comme Starbucks, Uber Eats, Just Eat, La Vie, Heura, Happyvore ou encore Hari&Co.

→ [Notre page Veganuary pour les professionnels](#)

À propos de L214

L214 est une association de défense des animaux. Depuis ses débuts en 2008, elle a rendu publiques plus de [100 enquêtes](#) révélant les conditions d'élevage, de transport et d'abattage des animaux. Ces vidéos ont permis de révéler les pratiques routinières et les dysfonctionnements d'une industrie qui considère et traite les animaux comme des marchandises.

Forte de plus de 50 000 membres, suivie par plus de 750 000 personnes sur Facebook, L214 a notamment obtenu l'engagement de plus de 180 entreprises [à renoncer aux œufs de poules élevées en cage](#) et [aux pires pratiques d'élevage et d'abattage des poulets élevés pour leur chair](#) et la création d'une [commission d'enquête parlementaire](#) sur les conditions d'abattage des animaux. Participant activement au débat démocratique, [L214 est régulièrement sollicitée](#) par les médias pour son expertise, et revendique l'arrêt de la consommation des animaux et des autres pratiques qui leur nuisent.