



Le 14/12/2021

## Veganuary fait bouger les entreprises en janvier 2022

**Une soixantaine d'entreprises dont Monoprix, Uber Eats et Starbucks accompagnent le mois de janvier vegan**

La campagne internationale [Veganuary](#) revient en France pour la deuxième année consécutive. Relayé par l'association L214, Veganuary (contraction de *Vegan* et *January*) lance le défi au grand public de **manger vegan au mois de janvier** et incite les entreprises à accompagner cette découverte en douceur de l'alimentation végétale. En janvier prochain, **près d'une soixantaine d'entre elles y participeront : une occasion de se démarquer dans un contexte de croissance de l'offre alimentaire végétale.**

À travers le monde, ce sont des centaines d'entreprises qui développent des offres, lancent de nouveaux produits ou communiquent sur leurs réseaux, permettant de démocratiser l'accès à l'alimentation végétale pour tous les consommateurs. Plus de 30 entreprises françaises s'étaient déjà prêtées au jeu en 2021. Pour 2022, **ce sont près de soixante entreprises qui ont été séduites par la campagne**, invitées à y participer par L214. Pour appuyer le mouvement, un affichage d'ampleur sur le mobilier urbain sera déployé dans les rues de Paris en tout début d'année prochaine.

Pour **Brigitte Gothière, cofondatrice de l'association L214** : « Le nombre d'entreprises participantes en France a quasiment doublé depuis l'année dernière, avec l'adhésion d'entreprises de tous types, du restaurant de quartier au groupe international, en passant par les start-up de la food tech. Preuve de leur intérêt pour le végétal ! Nous sommes à leurs côtés tout au long de la campagne et au-delà, pour les accompagner à répondre aux attentes des consommateurs qui souhaitent végétaliser leurs assiettes pour les animaux, la planète et leur santé. »

## Les offres végétales à l'honneur

**L'engagement des entreprises est concret** et se traduit par des actions incitatives pour les consommateurs. Par exemple, les marques référencées en supermarchés vont proposer **des stop-rayons** avec le logo Veganuary (**Heura, Violife, Vegan Deli...**) pour faciliter l'identification des produits. D'autres proposeront **des promotions** allant de 5 à 30 % pendant le mois de janvier (notamment chez **Carrefour, Monoprix, Rutabago ou Vegami**) ou encore les **frais de livraison offerts (Les Nouveaux Affineurs)**. Les plateformes de livraison (**Uber Eats, Deliveroo, Just Eat, Eatic...**) inviteront les restaurateurs à proposer un plat vegan à leur menu et les valoriseront. Chez **Starbucks**, des affiches inviteront les clients à choisir un lait végétal pour pimper leur café habituel. **Poulaillon** sortira un **burger entièrement vegan** pour l'occasion. L'enseigne **Lush**, quant à elle, va plus loin en incitant ses propres salariés à relever le défi.



→ [Découvrir toutes les entreprises participantes et leurs offres](#)

## Des entreprises engagées dans la transition alimentaire

Pour les entreprises participantes, il ne s'agit pas juste d'une campagne de communication, mais d'un véritable engagement sur le long terme.

Pour **Nicolas Dhers, directeur RSE Carrefour** : « *Que ce soit pour la planète, pour les animaux, pour la santé ou par curiosité, beaucoup de nos clientes et de nos clients veulent accélérer leur transition vers une alimentation plus végétale ou 100 % végétale. Chez Carrefour, nous avons à cœur de les accompagner et de leur faciliter la vie en rendant cela simple, gourmand, accessible en prix et équilibré. C'est pour cela que nous sommes ravis d'accompagner la campagne Veganuary 2022, avec des promotions, des conseils, des recettes, et cela dans tous nos magasins et en ligne.* »

Pour **Benoît Plisson et Emmanuel Brehier, cofondateurs de HARI&CO** : « *Nous nous engageons chaque jour pour décarboner les assiettes de chacun, en mettant les légumineuses au cœur de l'alimentation. C'est pourquoi nous prenons part à cette nouvelle édition du challenge Veganuary. Ce challenge nous permet de faire passer un message essentiel : montrer qu'il est possible de manger plus végétal tout en se faisant plaisir, avec des alternatives saines et gourmandes.* »

« *En tant qu'enseigne pionnière pour une alimentation saine et durable, Monoprix est fier de participer pour la première fois au challenge Veganuary, un levier d'action supplémentaire pour réduire notre impact sur l'environnement. Nous invitons nos clients à y prendre part et à découvrir toute la richesse (et la gourmandise) de l'alimentation végétale proposée au sein de nos magasins !* » commente **Karine Viel, directrice développement durable Monoprix**.

[→ Lien vers notre album de visuels libres de droits](#)

## Un challenge efficace et nécessaire

Avec plus de **580 000 inscrits dans plus de 200 pays lors de l'édition de janvier 2021**, [le challenge Veganuary](#) gagne en visibilité chaque année. Et le relever s'avère efficace. En effet, six mois après avoir tenté l'aventure en 2021, 82 % des participants (non vegan au moment de l'inscription) ont drastiquement réduit leur consommation de produits animaux\*.

Aujourd'hui :

- **30 % ont gardé une alimentation entièrement végétale à l'issue du challenge,**
- 38 % ont réduit d'au moins 75 % leur consommation de produits animaux,
- 14 % ont réduit de moitié leur consommation de produits animaux.

Comme le rappelle le dernier rapport du GIEC, la consommation de produits animaux a des conséquences directes et dramatiques sur l'environnement. **Manger végétarien étant 6 fois plus efficace que manger local pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre,** Veganuary est un challenge d'autant plus nécessaire.

\* Les chiffres sont issus d'[une enquête](#) menée par Veganuary auprès de 8 960 participants de l'édition de janvier 2021.

## Liste des entreprises participantes

*Liste établie au 10 décembre 2021 avec 55 entreprises participantes ; d'autres pourront se joindre à la campagne ultérieurement.*

Alpro  
Boulangeries Landemaine  
Break  
Breathe restaurant  
Carrefour  
Deliveroo  
Eatic  
Écureuil & Co  
Ennao  
Furaha  
HappyVore  
HARi&CO  
Hello Joya  
Heura  
Jay and Joy  
Just Eat  
Kazidomi  
L'Eau Vive  
La Boulangère  
La Vie  
Land&Monkeys  
Les Ateliers la Végisserie  
Les Jardins de la Meyne  
Les Nouveaux Affineurs  
Lush  
Monkey Mood  
Monoprix  
Naked burgers

Nao Food  
Naturalia Vegan  
Néo Noé  
Novish  
Original Green  
Plant B2B  
Planted  
Poulaillon  
Quitoque  
Rutabago  
Starbucks  
Sushi Daily  
Syba  
TheFork  
Tyk Affinage  
Uber Eats  
Umiami  
Unconventional Burger  
Upfield (marques Fruit d'or et Violife)  
Vegami (Un monde vegan)  
Vegan Deli  
Végédal  
Végétal Square  
VG Pâtisserie  
Wild and Run  
WOF - Gaufrerie Végétale  
Yumgo

## 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.

### Nos sites internet :



### Nos réseaux sociaux :

