

## COMMUNIQUE DE PRESSE

**4 acteurs du végétal se félicitent collectivement de la suspension du décret sur les appellations sur les alternatives végétales, et s'unissent pour célébrer ensemble cette victoire.**

*À la suite d'un décret interdisant l'utilisation d'appellations comme « steaks » « lardons » ou « merguez » pour les alternatives végétales, la riposte s'est organisée. ACCRO, HAPPYVORE, HEURA et LA VIE sont fiers d'annoncer leur victoire face aux lobbies de la viande.*

Tous les principaux acteurs du marché des alternatives végétales se sont réunis pour « défendre les intérêts de la filière afin d'en améliorer la puissance » selon Cédric Meston co-fondateur HAPPYVORE. Ces quatre marques se sont organisées autour de causes communes : la protection de la planète, le bien-être animal et la santé des Français.

Tous ensemble, ils ont contribué à la suspension du décret visant à censurer la nomination des alternatives végétales, via un dépôt de requête en référé-suspension devant le Conseil d'Etat.

ACCRO, HAPPYVORE, HEURA et LA VIE ont uni leurs forces pour célébrer cette victoire via une page presse commune à retrouver ce jeudi 18 avril en quatrième de couverture du journal Libération.

Crédit Image : HumanFish

Hadrien Lecca, CEO de l'agence Humanfish, exprime sa satisfaction : « *Nous sommes extrêmement fiers d'avoir pu soutenir les acteurs du végétal français. Cette campagne est une initiative qui est en parfaite adéquation avec notre positionnement et notre valeur fondamentale : l'intelligence collective !* »

Les marques prévoient également une campagne digitale commune, qu'elles dévoileront lundi 22 avril. « *L'objectif : célébrer ensemble cette victoire avec un ton décalé et positif* » déclare Bernat Ananos Martinez (co-fondateur HEURA).

Crédit Image : Agence Fantastic

*« Cette collaboration inter-marques est un symbole fort pour les Français désireux de consommer plus de végétal et d'agir à leur manière pour la planète ! » souligne Nicolas Schweitzer, co-fondateur de LA VIE.*

*Bruce Vinci, directeur général de l'agence Fantastic, explique : « Quand un décret s'en prend aux noms des produits végétaux, difficile pour les [français.es](https://www.francais.es) de dire si c'est du lard ou du cochon. Aussi, les Marques Végétales se sont réunies en collectif pour remettre les points sur le "i" et les désignations sur leurs produits. Une manière de réaffirmer, non sans piquant, qu'une "merguez" végétale, c'est une "merguez" végétale. » Il ajoute également : « L'union fait la farce ! Si les Marques du végétal se sont toutes distinguées par leur humour, cette ultime campagne prouve que s'il y a bien un sujet qu'elles prennent très au sérieux : c'est la dénomination de leurs produits ! »*

*Cette communication commune marque la naissance d'un collectif créé par les principaux acteurs des alternatives végétales, « afin de pouvoir porter plus haut les messages de la catégorie et accélérer ensemble la transition alimentaire en France. » précise Renaud Saisset, CEO ACCRO.*