



Le 13/12/2023

Plus de 140 entreprises participeront au Veganuary

Le virage vers le végétal prévu pour les JO commence dès janvier

Pendant le mois de janvier 2024, L214 relaie la 4^e édition française du [Veganuary](#), un challenge positif et impactant. Il vise à rendre plus accessible l'alimentation végétale et propose une solution concrète au dérèglement climatique et à la souffrance animale. Il incite des acteurs majeurs tels que les entreprises de la grande distribution et de la restauration à développer l'offre vegan en France : 140 ont déjà confirmé leur participation.

Auchan, Carrefour, Monoprix, Franprix mais également Paul, Pokawa, Pizza Cosy, Starbucks, Bagelstein, Uber Eats, Deliveroo, Just Eat et beaucoup d'autres participent à l'édition 2024 du Veganuary. Ce challenge invite à une transformation majeure : repenser le paysage alimentaire français pour plus de végétal. Alors que les politiques publiques manquent d'ambition, les entreprises se posent en pionnières sur le sujet.

Une myriade d'animations proposées par les entreprises

Cette année s'annonce record, **avec plus de 140 entreprises qui ont confirmé leur participation début décembre.** Et comme chaque année, d'autres s'ajouteront encore à la liste jusqu'en janvier. À l'occasion de la soirée de lancement de l'édition 2024 qui s'est déroulée début novembre à Paris, plusieurs d'entre elles ont voulu exprimer les raisons de leur participation et ce qu'elles ont prévu pour le mois de janvier, à découvrir [en vidéo](#).



Veguary est l'occasion pour les entreprises de mettre en lumière leurs produits et leurs offres vegan à travers :

- **le lancement de nouveautés** : c'est le cas pour Cojean (lancement d'un nouveau plat et de 2 desserts), Starbucks (deux nouveaux desserts et un nouveau latte végétal) ou encore Pizza Cosy (une nouvelle pizza au jambon végétal),
- **de fortes réductions sur une sélection de produits début janvier**, comme ce sera le cas pour Auchan, Carrefour, Franprix et Monoprix,
- **des jeux-concours sur les réseaux sociaux**, le partage de recettes végétales et de bons plans en tout genre.

Pour aller plus loin en termes d'implication, l'équipe L214 propose également de faire découvrir l'alimentation végétale au sein des entreprises participantes, grâce à l'initiative du **workplace challenge** : inviter les salariés à relever également le défi

Veganuary ! Plusieurs d'entre elles ont déjà planifié des webinaires de sensibilisation, des repas vegan quotidiens dans la cantine d'entreprise et des animations découverte avec dégustation.

Et pour poursuivre cette idée d'accompagner au mieux les personnes ayant relevé le défi, **les bénévoles L214 seront présents dans les magasins Monoprix de plusieurs villes en France le samedi 6 janvier 2024.** Ils auront pour mission d'accompagner les personnes intéressées dans les rayons pour leur faire découvrir la multitude de produits disponibles en magasin permettant de végétaliser son alimentation.

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

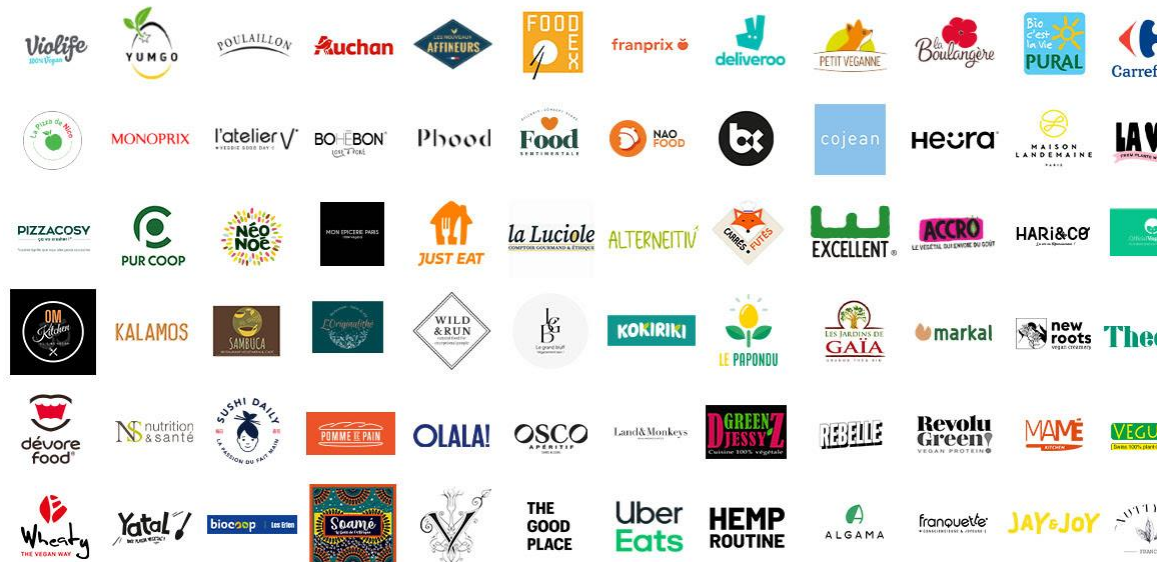
Cette participation record illustre également **toute l'étendue du savoir-faire français en termes d'innovation végétale**, comme le prouvent ces alternatives :

- aux œufs (Yumgo, Algama, Le Papondu, The Very Food Co),
- aux fromages (Tyk Affinage, Jay & Joy, Les Nouveaux Affineurs, Petit Veganne, Nutty Bay, Vromton, etc.),
- aux steaks (Hari&Co, Cocoriton, Accro, Happyvore, Céréral Bio, etc.),
- à la charcuterie (La Vie, Kokiriki, le Grand Bluff, etc.),
- aux produits de la mer (Olala!, L'atelier V, etc.).

Ces produits arrivent aujourd'hui à convaincre de plus en plus de particuliers à végétaliser leurs assiettes et s'intègrent facilement à la carte des restaurants ([Accro dans les menus du TGV](#) avec Thierry Marx, [La Vie chez Burger King](#) et [Pitaya](#), [Happyvore chez Pokawa](#), etc.). La gourmandise reste le moteur de ces innovations qui répondent à une demande grandissante de la population.

Béatrice Javary, Directrice RSE d'Auchan Retail France : « *Depuis toujours, Auchan accompagne ses clients dans l'évolution des modes de consommation. **Auchan est aussi engagé dans la réduction de ses émissions de gaz à effet de serre avec un objectif de - 25% à horizon 2030** sur le scope 3, qui comprend l'offre de produits et cette ambition est validée par la science (SBTI). Avec Veganuary, Auchan met en avant davantage d'alternatives végétales qui contribuent à la composition de menus équilibrés bons pour la santé, dont l'impact sur le climat est réduit. **La transition est en marche, elle se voit désormais dans tous les rayons.** »*

Florent Mercier, PDG et cofondateur de Pizza Cosy : « Chez Pizza Cosy, nous mettons l'accent sur la qualité des ingrédients pour nos pizzas, qu'ils proviennent de France ou d'Italie. Cette année, pour aller plus loin dans notre démarche, répondre aux enjeux environnementaux et aux attentes des consommateurs, notre carte automne-hiver a marqué le lancement d'alternatives végétariennes et végétaliennes pour nos clients qui ne mangent pas de viande ou qui souhaitent réduire leur consommation pour la planète. **Il était alors évident pour nous de nous engager cette année dans le challenge Veganuary. Nous avons élaboré pour l'occasion une recette de pizza vegan, disponible pendant tout le mois de janvier dans nos 67 points de vente en France. La recette : base tomate, jambon végétal La Vie, olives taggiasche, tomates cerises confites, et après cuisson, roquette et sauce basilic. »**

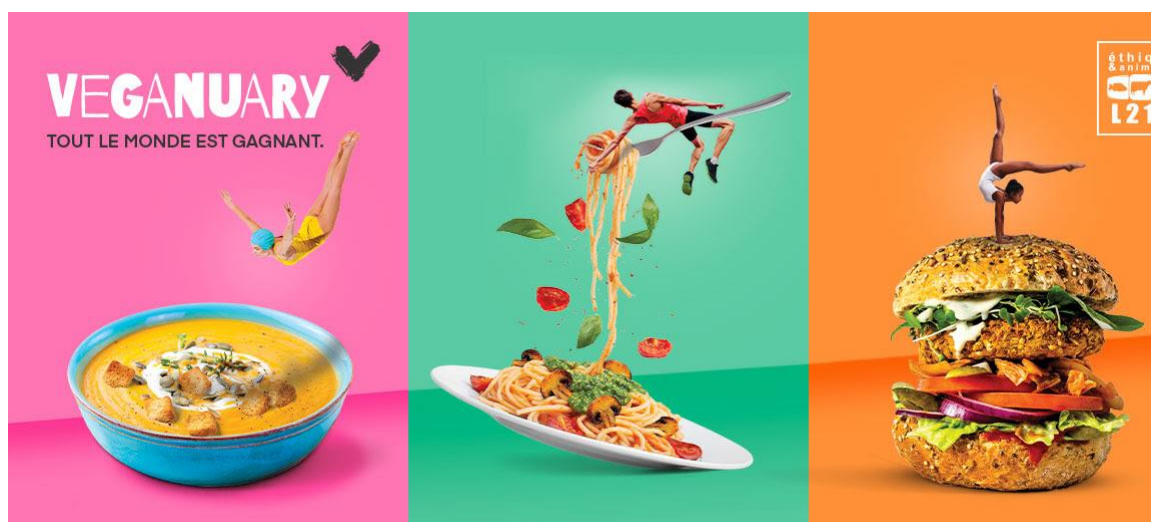




Logos des 140 entreprises participant en 2024

Veganuary : un défi populaire sur le thème du sport pour 2024

En parallèle de l'engagement des entreprises, ce sont les citoyens qui sont invités à s'inscrire au challenge. Pour coller à l'actualité, L214 a misé sur le grand marqueur de l'année 2024 : les Jeux olympiques de Paris.



Le parallèle est tout trouvé pour Brigitte Gothière, cofondatrice de L214 : « Avec le Veganuary, **nous voulons rendre concret le changement de notre paysage alimentaire**, au regard de l'urgence à réduire la consommation de produits d'origine animale.

*Pour ce faire, nous agissons auprès du grand public, mais aussi en direct auprès des entreprises pour accompagner l'offre et la rendre plus accessible. Et nous voyons qu'elles sont parties prenantes de ce changement, là où les politiques publiques alimentaires sont à la traîne. La preuve : **les entreprises sont chaque année plus nombreuses à s'engager à nos côtés pour répondre à une demande sociétale grandissante.***

Et les avancées sont déjà là, on les retrouve dans nos supermarchés comme lors des JO où, sur les 13 millions de repas servis, [33 % de l'offre sera en protéines végétales](#). Cet engagement montre un véritable virage, qu'il est nécessaire de prendre pour les animaux, l'environnement et notre santé. »

Contacts presse :

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

Mary Chevallier, chargée des relations médias : 06 71 85 06 57

Veganuary : dessiner le paysage alimentaire de demain avec les entreprises françaises

Si [une majorité des Français est persuadée de l'intérêt de réduire la consommation de viande](#), les chiffres de consommation moyenne indiquent [une autre réalité](#) : **+0,5 % en moyenne par habitant en 2022 par rapport à 2021**. Le rouleau compresseur du marketing de la viande reste très puissant et aucune politique publique n'incite à la réduction.

Malgré tout, la transformation du paysage alimentaire français est bel et bien en marche :

- d'une part, grâce à **l'augmentation de la demande de végétal par les particuliers**, et notamment [la part croissante de flexitariens dans la population française, aujourd'hui estimée à 25 %](#) ;
- d'autre part, grâce à **la diversité de l'offre végétale en magasin**, qui permet aux consommateurs de végétaliser leur alimentation sans effort et [à moindre coût](#) (les protéines végétales sont moins coûteuses que les produits d'origine animale, un point à souligner dans ce contexte d'inflation). Veganuary aide à s'approprier des parcours de consommation parfois nouveaux.

Alimentation carnée vs alimentation végétale : un match plié d'avance

- Il faut en moyenne **5 fois moins d'eau pour produire 1 kg de protéines végétales que pour 1 kg de protéines animales**¹. Si demain, tous les Français consommaient vegan, [l'empreinte eau de l'alimentation de la France serait ainsi réduite d'un tiers](#).
- L'alimentation végétale utilise **[3 fois moins de surfaces agricoles](#) que l'alimentation standard d'un Français incluant de la viande**.
- L'élevage est aussi une des causes principales de la déforestation. En Amazonie, la forêt est rasée en grande partie, pour y [installer des champs de soja OGM destinés à nourrir des animaux d'élevage](#) du monde entier.
- Les émissions de GES des productions animales sont [le double de celles des productions végétales](#).
- [13 des 16 scénarios étudiés par Solagro pour parvenir à la neutralité carbone à l'horizon 2050](#) évoquent la diminution de la consommation de protéines animales et la réduction du cheptel.
- **Au niveau mondial, la viande rouge et les produits laitiers représentent [57 % des émissions agricoles en 2020](#)**.
- Sans action politique, [les émissions de GES dues à l'alimentation sont telles qu'elles nous empêcheront de respecter l'Accord de Paris et ainsi, de limiter le réchauffement à +1,5 °C](#). Et ce, même si nous cessions d'utiliser dès maintenant toute forme d'énergies fossiles.

La campagne Veganuary

L'initiative a été lancée par l'ONG anglaise Veganuary (contraction de Vegan et January), qui mise sur le mois des bonnes résolutions pour inviter le public à faire évoluer son alimentation. Les plus impatients pourront choisir de débiter le challenge dès l'inscription, sans attendre le mois de janvier. En France, pour la quatrième année consécutive, c'est l'association L214 qui se fait le relais de cette campagne positive et stimulante autour du véganisme.

Le concept est le suivant : en s'inscrivant gratuitement sur le site [Veganuary2024.fr](https://veganuary2024.fr) avec leur adresse email, les participants recevront quotidiennement et pendant 31 jours des recettes vegan,

des idées de menus faciles à réaliser, des astuces pratiques et des conseils nutritionnels pour accompagner en douceur cette découverte de la cuisine végétale.

Participer au Veganuary est un bon moyen de réduire son impact sur l'environnement tout en épargnant de nombreux animaux et en prenant soin de sa santé. Il donne l'occasion aux participants de réfléchir à leur consommation de viande, poisson, lait, œufs, et de lever les éventuels préjugés qui entourent l'alimentation vegan. Et les résultats sont là : [89 % des participants en janvier 2023 veulent réduire drastiquement leur consommation de produits animaux par la suite.](#)

1. Selon les données [d'Agribalyse](#), 2023.

À propos de L214

L214 est une association de défense des animaux. Depuis ses débuts en 2008, elle a rendu publiques plus de [130 enquêtes](#) révélant les conditions d'élevage, de transport et d'abattage des animaux. Ces vidéos ont permis de dévoiler 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 d'un million de personnes sur les réseaux sociaux, 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.