



Le 03/01/2024

Veganuary : le défi d'un mois pour tester l'alimentation vegan partout en France

Un accompagnement renforcé pour faciliter la transition végétale

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 au public une solution concrète à la souffrance animale et au dérèglement climatique. C'est pourquoi, en plus d'un accompagnement par mails, des bénévoles seront présents dans de nombreux Monoprix, samedi 6 janvier, pour accompagner le grand public vers une consommation plus responsable.



Ce challenge invite à une transformation majeure : repenser le paysage alimentaire français pour plus de végétal. Le changement ne pourra s'effectuer que par des politiques alimentaires ambitieuses rendant l'alimentation végétale facile et accessible à tout le monde. Cette année, les bénévoles de L214 s'emparent de cette mission pour aider ceux qui le souhaitent à relever le défi, dès leurs courses en magasins.

Veganuary propose aux personnes inscrites sur le site [Veganuary2024.fr](https://veganuary2024.fr) de bénéficier pendant un mois d'un accompagnement sous forme d'emails quotidiens. Ceux-ci incluent des **conseils nutritionnels, des astuces et des recettes végétales à réaliser chez soi, pour tous les budgets.**

Des « coachs » vegan présents dans les Monoprix

Samedi 6 janvier, **des bénévoles de L214 proposeront un coaching aux consommateurs pendant leurs courses au sein de plusieurs Monoprix** en France comme à Lille, Nantes, Bordeaux, Montpellier, Lyon. Dans d'autres villes, des animations de rue auront lieu à Clermont-Ferrand, Orléans, Strasbourg et beaucoup d'autres.

Ces bénévoles auront pour mission d'accompagner les personnes intéressées dans les rayons et de leur faire découvrir la multitude de produits disponibles en magasin pour végétaliser son

alimentation. **Cette animation aura lieu, au mois de janvier, dans 18 villes en France.**

→ [Voir la liste complète sur la carte interactive](#)



→ [Voir les visuels de la campagne](#)

Les clients, accompagnés par un « coach » bénévole, parcourront les rayons pour composer un panier de courses 100 % végétal tout en bénéficiant de conseils pour découvrir de nouvelles recettes et décliner leurs plats préférés en version végétale. Cette expérience offre également aux personnes participantes la chance de remporter une variété de cadeaux, dont un panier garni végétal : l'opportunité de bien démarrer le défi pour suivre le Veganuary tout au long du mois de janvier.

À Paris, la mobilisation se déroulera dans deux Monoprix : dans le 18^{ème} et dans le 19^{ème}, les bénévoles se tiendront à l'entrée des magasins pour proposer d'accompagner les consommateurs.

Il sera possible de suivre les coaching en direct de 11h à 14h au Monoprix Unipoteau (en présence de représentantes de L214 et de Monoprix) et de 17h à 20h au Monoprix du Belvédère.

Témoignages des acteurs du Veganuary à Paris

*Isabelle Boudard, cheffe de département RSE, Éthique et Fondation de Monoprix : « **Depuis plus de 30 ans, Monoprix est engagé et agit pour une consommation plus responsable. Aujourd'hui cela se concrétise par une offre végétale grandissante.** Dans*

*nos magasins, nous proposons 45 corners veggie et plus de 180 références de produits frais végétariens. **C'est donc naturellement que nous proposons des coachings vegan dans nos magasins grâce aux bénévoles L214.** »*

Pour Brigitte Gothière, cofondatrice de L214 et présente lors des coachings Veganuary à Paris : « *J'ai été vraiment enthousiasmé par cette idée de coaching. C'est une très bonne chose de pouvoir accompagner les personnes qui souhaitent relever le challenge Veganuary. **Je pense que ça peut vraiment lancer la dynamique tout en complétant les mails et recettes quotidiens. Le Veganuary est à la fois positif, accessible et ludique. Il permet d'aborder sous une autre facette la défense des animaux et de l'environnement. Il s'adresse à nos papilles directement, il propose des découvertes. Nous accompagnerons la clientèle dans cette exploration d'une alimentation plus soutenable écologiquement et sans souffrance animale ! Monoprix nous permet de le faire directement dans les rayons : les supermarchés ont en effet un rôle majeur à jouer dans la transition alimentaire à défaut de politiques publiques à la hauteur.** »*

Informations pratiques :

Date : Samedi 6 janvier 2024

Horaires et lieux :

- de 11h à 14h au Monoprix Unipoteau : 5 Rue Letort, 75018 Paris (en présence de représentantes de L214 et de Monoprix).
- de 17h à 19h au Monoprix du Belvédère : 118/130 avenue Jean Jaurès, 75019, Paris.

Contacts presse :

Barbara Boyer, chargée des relations presse :

06 50 35 57 48

Hugo Bouxom, chargé de campagnes L214 (sur place) :

06 60 22 67 25

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](#).
 - **[En France, 3 millions d'animaux meurent chaque jour dans les abattoirs](#)**, sans compter ceux qui ne survivent même pas à leurs conditions d'élevage. Une alimentation végétale permet d'épargner ces vies.
 - 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. 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](#).

[Les entreprises agroalimentaires et de restauration](#)² sont parties prenantes de la campagne car elles jouent un rôle majeur pour favoriser la transition alimentaire vers plus de végétal. Chaque année, L214 les encourage à rejoindre le mouvement et à s'impliquer en menant des actions concrètes sur le développement de l'offre, la disponibilité en rayon, les prix et la communication positive sur le sujet.

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

2. Au 30 décembre 2023, 170 entreprises ont confirmé leur participation au Veganuary. D'autres entreprises rejoindront encore la campagne jusqu'en janvier 2024.

Informations pratiques :

Date : Samedi 6 janvier 2024

Horaires et lieux :

- de 11h à 14h au Monoprix Unipoteau : 5 Rue Letort, 75018 Paris (en présence de représentantes de L214 et de Monoprix).
- de 17h à 19h au Monoprix du Belvédère : 118/130 avenue Jean Jaurès, 75019, Paris.

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.



Nos réseaux sociaux

