

AGO AVF 2025 - Questions et réponses

FRANCIS

- **Dans la valorisation des légumineuses, pourquoi on ne parle pas du lupin, du chanvre, du sarrasin ?**

Alix, chargée de mission Végépolitique & Végécantines : Le lupin est inclus dans le plaidoyer. Le chanvre et le sarrasin sont des céréales riches en protéines, mais moins intéressantes nutritionnellement. Les filières existent déjà, notamment pour le sarrasin, donc la marge de progression est minime. En revanche, pour les lentilles, les pois chiches et les haricots, dont une grande partie est importée alors qu'on pourrait les cultiver plus largement en France, on peut faire beaucoup mieux !

Pour les steaks végétaux, l'AVF incite à y intégrer des céréales complètes en mélange avec des légumineuses.

- **Quelles sont les réactions des autres partis de gauche [hors Les Écologistes] à nos propositions ?**

Alix, chargée de mission Végépolitique & Végécantines : Le PC n'est pas preneur, Fabien Roussel ayant largement clamé sa préférence pour le steak. Ils ne souhaitent pas afficher de position publique sur ces sujets, et on ne peut donc pas compter sur eux, mais il y a des discussions avec certaines parlementaires quand même.

La France insoumise est toujours très partante, mais la végétalisation n'est pas dans leurs priorités actuellement. Ils ont des visées sociales avant tout, et tiennent à défendre les agriculteurs, donc ils ont parfois voté contre certaines de nos propositions. Ils sont donc un peu timides pour prendre position publiquement, mais il y a beaucoup de soutien individuel. Il faut signaler aussi que LR a porté un de nos amendements sur la souveraineté alimentaire lors de la LOA.

On déploie des arguments différents selon les formations politiques, et on ne va pas chercher le RN.

Les questions de souveraineté alimentaire touchent davantage les personnalités de droite, tandis que la transition écologique intéresse les partis plus à gauche.

- **Comment fonctionne le V-Label ? Quels sont le coût et la durée d'une labellisation ?**

Sophie, responsable V-Label : Le label est une redevance qui concerne chaque produit. Quand un client nous soumet une demande pour une ou plusieurs de ses références, on analyse sa demande, et lorsqu'elle est validée elle ouvre droit à la labellisation pendant un an sous la forme d'une licence V-Label. La redevance est calculée en fonction du chiffre d'affaires et coûte de 220 à 750 euros par an. Sauf pour les vins, pour lesquels la redevance

est calculée en fonction du nombre d'hectolitres à labelliser et coûte de 60 à plus de 5 000 euros. A la redevance s'ajoutent les frais de dossier lors de la première demande, mais pas lors du renouvellement.

- **Pour 123veggie.fr, ce serait bien d'avoir un bilan écologique et nutritionnel de chaque recette.**

Émilie, chargée de mission 1-2-3 Veggie : C'est déjà en partie le cas sur une sélection pour la partie écologie, la partie nutrition est prévue prochainement.

- **Est-ce que la lecture de ViraGe est vraiment facile sur le site ? On n'y trouve pas d'informations sur l'agriculture végétane, notamment.**

Karine, rédactrice en chef de ViraGe : On peut trouver tous les numéros de ViraGe (mais pas d'Alternatives Végétariennes) à partir de [l'onglet "revue" sur vegetarisme.fr](https://onglet-revue-sur-vegetarisme.fr). Chaque numéro peut être lu directement en ligne ou téléchargé. Le numéro 10, dont le dossier est consacré à l'agriculture végétane, en fait partie. Le hors-série d'Alternatives Végétariennes consacré à l'agriculture végétane n'est pas en ligne, il est d'ailleurs trop ancien pour que les informations qu'il contient soient encore pertinentes.

MATAÏ

- **300 000 euros de dettes, c'est impressionnant. D'où ça vient ? Que se passe-t-il si on ne peut pas payer ? Est-ce que ProVeg est notre unique créancier ?**
- **Pour augmenter les recettes, quelles sont les pistes de prospection afin d'obtenir du mécénat et des subventions ?**

Philippe, administrateur trésorier : Ces 300K euros représentent la situation nette négative. Elle comprend 100K euros à rembourser au V-Label, avec un règlement échelonné. Les 200K euros restants sont constitués des dettes courantes et des retards de paiement, c'est-à-dire des paiements qu'on aménage dans le cadre d'accords d'échéanciers, par exemple sur les cotisations à l'URSSAF.

Cependant, il y a de la trésorerie. Il n'y a pas de difficulté à court terme, et la cessation de paiement n'est pas la tendance. Cette situation n'empêche pas la poursuite de nos activités. Nous avons un déficit structurel de 100K euros que nous devons résoudre. Notre objectif est de reconstituer nos fonds propres. Le développement du chiffre d'affaires du V-Label est une des pistes. Une autre est le recrutement d'une personne qualifiée pour trouver des fonds, une centaine de milliers d'euros au moins par an. Sebastian Joy, administrateur de l'AVF et responsable de ProVeg International, nous aide à trouver cette personne.

Jérôme, vice-président : Nous avons investi dans le V-Label, avec le recrutement en 2024 de Luciana (chargée de développement commercial) pour faire de la prospection clients. Avec un portefeuille client plus épais et le réajustement des tarifs, on peut s'attendre à une hausse du chiffre d'affaires lié à la labellisation.

YASMINE

Je tenais d'abord à féliciter l'équipe salariée et les bénévoles, leur travail est impressionnant, surtout au regard des moyens disponibles.

- **Les modalités d'abonnement à la revue sont un peu compliquées : j'avais entendu parler de découplage, puis on parle de recouplage, qu'en est-il au juste ?**

Mathilde, chargée de mission Dons et Adhésions : Nous devons répondre à une obligation légale : la contrepartie d'une adhésion ne doit pas dépasser 25% du montant de cette adhésion pour qu'elle puisse donner droit à un reçu fiscal. Avec le "recouplage", la revue devient celle des adhérent-es et fait partie de l'adhésion, à partir d'un certain montant (3€ par mois ou 35€ par an), que nous avons calculé en tenant compte du coût de revient de trois numéros de ViraGe par an. Maintenant que ViraGe est devenu la revue de l'association, nous harmonisons aussi les nombreuses formules d'abonnement et/ou adhésion qui avaient encore cours. Cette nouvelle formule est à la fois plus pratique et plus économique, et permet une adhésion plus accessible, à un plus grand nombre de personnes.

LOLA

- **Pour renforcer la dynamique en faveur des légumineuses, est-ce qu'on pourrait développer les prestations payantes pour accompagner les entreprises de la restauration collective ?**

Alix, chargée de mission Végépolitique & Végécantines : Nous n'avons pas de temps pour effectuer cet accompagnement. Mais surtout, les entreprises préfèrent que nous soyons leurs interlocuteurs, et que les informations restent en interne, ce qui est stratégique dans ce secteur très concurrentiel. Et elles ne sont pas intéressées par un label payant, elles préfèrent recruter dans ce but.

Nous avons été sollicités par Elicor, qui souhaite faire labelliser avec Assiettes Vertes la plupart de ses 36000 cantines : ils ont recruté une personne chargée de faire remonter les informations de terrain auprès des chef-fes, de faire un contrôle centralisé, puis de pousser à l'application des critères d'Assiettes Vertes qu'ils veulent faire appliquer. Notre rôle sera de valider, ou pas, l'obtention du label en fonction de ces données.

Il est possible que Sodexo, autre géant de la restauration collective, soit intéressé pour mettre en place un processus similaire.

FRANCIS

- **Nous avons des contacts avec les organisations politiques, mais quels sont nos rapports avec les associations qui luttent contre la faim dans le monde ?**

Alix, chargée de mission Végépolitique & Végécantines : La SNANC (Stratégie Nationale pour l'Alimentation, la Nutrition et le Climat), à laquelle nous avons contribué, prévoit aussi la lutte

contre la précarité alimentaire. Action contre la Faim m'a aussi sollicitée, dans le cadre d'une consultation citoyenne à l'échelle de l'UE sur l'importance des légumineuses.

Jérôme : Nous avons aussi mis au point un livret de recettes végétales en partenariat avec l'association Linkee, qui fournit des paniers de denrées alimentaires aux étudiant-es.

MELCHIOR

- **Pourquoi L214 ne fait plus le Veganuary ? Quelle somme de travail cela représente pour l'AVF de le reprendre et quelles en seront les retombées ?**

Mathilde, chargée de mission Dons et Adhésions et Ana, coordinatrice générale et responsable du développement : Cette transmission du Veganuary de L214 à l'AVF fait partie d'une répartition des rôles entre nos associations, dont les modes d'actions sont complémentaires. L214 a réorienté sa stratégie, et s'est retirée des questions alimentaires. Elle s'est donc logiquement aussi retirée du Veganuary, qui entre en revanche pleinement dans nos missions, le relais était donc assez naturel.

Pour cette première édition menée par l'AVF, il y a beaucoup de choses à mettre en place. Savoir où placer le curseur du temps de travail à investir dans cette nouvelle mission est effectivement une question importante : 7 personnes travaillaient sur le Veganuary au sein de L214. Nous espérons pouvoir obtenir des subventions pour financer ce temps de travail, mais pour cette année, n'ayant pas les mêmes moyens, nous avons constitué une "équipe de choc" qui pose les bases de cette édition 2026 qui est une première pour nous. Le bilan que nous ferons après cette campagne portera notamment sur le temps de travail. Quant aux retombées, c'est bien sûr un grand gain de visibilité et de notoriété pour l'association.

FRANCIS

- **L214 a abandonné VegOresto : l'AVF pourrait mettre en place quelque chose comme un logo "vegan-friendly", qui pourrait aussi être une source de financement.**

Mathilde, chargée de mission Dons et Adhésions, responsable des partenariats : Même pour une grosse équipe, c'est un travail de titan, surtout pour assurer le suivi et la mise à jour. La question que s'est posée L214 : quelle est la pertinence de VegOresto par rapport à HappyCow ? HappyCow est un site gratuit - seule l'application est payante - et mis à jour régulièrement, avec un ambassadeur dans chaque ville... Ce n'est donc pas un axe prioritaire à développer.

Jérôme : Nous avons en revanche lancé une [pétition](#) qui demande une option végé et une option végétarienne sur la carte de chaque restaurant. Cette pétition sera transmise aux syndicats de la profession : on ne s'adresse plus aux individus, même à un échelon plus collectif, capable de toucher tout un ensemble, c'est une stratégie qui permet de toucher plus de monde.

FRANCIS : **A qui transmettre une bonne adresse, alors ?**

À HappyCow, ou contacter Mathilde dans l'optique d'un partenariat.