

SUBWAY® REAFIRMA SU APUESTA POR EL `PLANT BASED FOOD´ Y SE SUMA UN AÑO MÁS A VEGANUARY

Según estudios recientes, más de 5 millones de personas en España ya optan por consumir únicamente productos de origen vegetal

Este boom `veggie´ ha hecho que referentes en el mundo de la restauración como Subway® incluyan cada vez más propuestas `plant based´ en sus menús para satisfacer a este público en auge

En 2022, el movimiento Veganuary consiguió inspirar y apoyar a más de 629.000 personas a probar el veganismo, con participantes de más de 200 países

Madrid, 9 de enero de 2023. La necesidad por implantar hábitos saludables en nuestra alimentación supone siempre un objetivo con el que dar la bienvenida a cada año nuevo. Ahora, con el inminente final de las fiestas navideñas, la vuelta a la normalidad conlleva también una nueva adaptación e incorporación de los mejores alimentos posibles en nuestro día a día. Es por ello por lo que Subway®, la mayor marca de restaurantes del mundo, se une un año más al movimiento Veganuary -organización que promueve y educa sobre el veganismo-, con el objetivo de seguir impulsando rutinas beneficiosas para la salud entre sus consumidores y el consumo de productos de origen vegetal.

Y es que, según estudios recientes, cada vez son más los españoles quienes apuestan por este estilo de vida, ya que más de 5 millones de personas en España ya optan por consumir únicamente productos de origen vegetal¹. Una cifra que refleja la evolución y los cambios a los que el sector de la restauración se enfrenta hoy en día, pues entre 2019 y 2021 se experimentó una crecida exponencial de veganos en nuestro país de más del 60%. No obstante, adaptarse a la demanda supone, ante todo, una ventana de acceso a un público cada vez más concienciado y sostenible en sus decisiones de compra.

Subway® se compromete con la alimentación de origen vegetal

Así, este boom `veggie´ ha hecho que referentes en el mundo de la restauración como Subway® también completen su oferta con cada vez más productos de origen vegetal. Es el caso, por ejemplo, de su clásico Sub® T.L.C® Teriyaki -la versión `plant based´ del Sub®

más icónico de la compañía- o el Sub® Filete Vegano, los cuales se presentan como las mejores opciones para unirse al movimiento Veganuary.

Aunque las alternativas de origen vegetal en Subway® también van mucho más allá de los bocadillos con nombre propio de la compañía. Subway® también ofrece la Ensalada T.L.C® Teriyaki y, para los amantes del dulce, la Cookie Vegana Doble Chocolate.

“Desde Subway®, consideramos primordial saber adaptarse a las demandas de los consumidores y ofrecer aquellos productos que más encajan en su estilo de vida. Con nuestras propuestas `plant based´ conseguimos acercarnos a un público actual exigente y entusiasmado por cuidar tanto de su alimentación como del planeta. La alianza con Veganuary representa también la materialización de nuestro posicionamiento de marca `Better For You´, que tiene como objetivo empoderar a los clientes a que elijan las mejores decisiones gastronómicas según sus preferencias, estilo de vida y necesidades alimentarias”, aseguran desde Subway®.

Veganuary como apuesta por el cuidado de las personas y del planeta

Así, un año más, Subway® establece entre sus objetivos de comienzos de año su apuesta por aportar el mejor estilo de vida posible para cada persona uniéndose a Veganuary, una organización benéfica que promueve y educa sobre el veganismo al alentar a las personas a seguir un estilo de vida vegano. Ya el pasado 2022, consiguió inspirar y apoyar a más de 629.000 personas a probar el veganismo, con participantes de más de 200 países.

Además, la campaña también cuenta con el reto `Desafío en el Lugar de Trabajo´, la cual alienta a los equipos de trabajo a probar una alimentación vegana durante el mes de enero y ofrece a los participantes los recursos y los consejos que necesitan para hacer la transición a una dieta basada en plantas. Porque incorporar hábitos alimenticios `plant based´ en nuestra alimentación no es solo sinónimo de cuidar de uno mismo, sino también del planeta.

Y es que, tal y como señalan algunos estudios², la apuesta por una alimentación `plant based´ ayuda a reducir tanto la emisión de gases de efecto invernadero como la eutrofización y el uso del suelo y el agua, entre otros. De hecho, designa que la producción de carne y lácteos produce el 60% de las emisiones de gases de efecto invernadero de la agricultura y utiliza más del 80% de las tierras agrícolas.

Acerca de los restaurantes Subway®

Subway, una de las marcas de restauración más grandes del mundo, sirve sándwiches, wraps, ensaladas y bowls recién hechos a millones de clientes en más de 100 países y en casi 37.000 restaurantes cada día. Los

restaurantes Subway son propiedad y están gestionados por franquiciados Subway, una red que incluye a miles de emprendedores y propietarios de pequeños negocios comprometidos con ofrecer la mejor experiencia posible a sus clientes en sus comunidades locales.

Subway® es una Marca Registrada de Subway IP LLC. 2023 Subway IP LLC

Para más información:

MARCO | 91 458 54 90 | +34 630 26 08 46

Juan Manuel Dorte – juan.dortez@marco.agency

Patricia Cámara – patricia.camara@marco.agency

Additional assets available online: [Photos](#)
[\(1\)](#)

<https://stage.mediaroom.com/subway-emea/2023-01-09-SUBWAY-R-REAFIRMA-SU-APUESTA-POR-EL-PLANT-BASED-FOOD-Y-SE-SUMA-UN-ANO-MAS-A-VEGANUARY>