

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.

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

[Photos](#)

Additional assets available online:

[\(1\)](#)

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