



© Katie Sowder/Flickr
par [Matilde Gazave](#) 14 décembre 2018

Lien de l'article <https://www.neonmag.fr/alexia-patronne-de-hot-vog-le-vegan-bouffeur-de-graines-cest-fini-521358.html>

Ne croyez pas que devenir végétarien signifie dire adieu aux burgers ou kebabs. La street food existe aussi en mode sain.

« Ce qu'il y a de bien avec la nourriture, c'est que c'est un plaisir immédiat », sourit Alexia Abtour, la patronne de Hot Vog. La définition colle facilement avec celle du tacos ou des nuggets, moins avec un carpaccio de courgettes aux graines de sésame. Cette ancienne avocate a pourtant décidé il y a un peu plus d'un an d'ouvrir un [fast-food de hot-dogs](#) végétariens à Paris. Chez Hot Vog, la viande est remplacée par des saucisses de soja ou de seitan (aliment préparé à base de protéines de blé) et le cheddar est végétal.

>> A lire aussi : On a essayé de savoir ce que devenir végétarien changeait vraiment dans notre corps (et ce n'est pas simple)

Les yeux fermés, difficile de se rendre compte que ce sandwich savoureux ne contient aucun produit issu des animaux. « L'idée d'un végétarien bouffeur de graines, tout gris, squelettique, c'est fini ! **On mange différemment, mais on mange tout ce qu'on aime**, insiste Alexia. Que les gens aient une autre image des végétariens est un vrai enjeu. » Et ce n'est pas une mince affaire, notamment en France où les repas sont souvent pensés autour de [la viande](#) et où [le](#)

[fromage](#) est presque une religion. Alexandra, fondatrice de l'association Vegan Impact, en a conscience : « Nous sommes très en retard. Aux Etats-Unis, en Angleterre, en Allemagne, il y a toutes sortes de produits végans, y compris dans des [supermarchés](#) lambda. »

Même McDo s'y met, avec son veggie burger dont le « steak » mêle choux, carottes et salsifis

Malgré certaines réticences, le phénomène prend doucement de l'ampleur. « Le mouvement se développe, donc l'offre aussi, constate Alexandra. On ne peut pas manger partout, mais on trouve beaucoup plus facilement qu'avant. Dans les grandes villes, il y a des restaurants, mais aussi des [pâtisseries](#) véganes, etc. » Les supermarchés s'ouvrent à cette nouvelle clientèle végétarienne (pas de viande) et végétalienne (ou végane, pas de produits issus des animaux et de leur exploitation), qui représenterait 2 à 5 % de la population. Et si les végans tendent à défendre l'utilisation de produits bruts, ils apprécient l'arrivée en rayons de produits transformés, qui permettent à ceux qui souhaitent s'initier de faire une transition en douceur. « Il y a plein de produits d'origine végétale mais aussi des plats industriels, constate la fondatrice de Vegan Impact. Je ne suis pas forcément pour, mais ça existe. Par rapport à la situation d'il y a cinq ans, c'est fou. » Même McDo s'y met, avec son veggie burger dont le « [steak](#) » mêle choux, carottes et salsifis (le fromage, lui, est toujours là).

>> A lire aussi : Végans, végétariens, flexitariens : les Français et la viande en chiffres

Grâce aux réseaux sociaux, les recettes véganes se partagent plus facilement. **Sur Instagram, on recense plus de 200 000 publications sous le hastag #vegetalien** et plus de 11 millions de #veganfood. Alors que le mouvement avait la réputation d'être moralisateur et privatif, ces canaux permettent au véganisme de bénéficier d'une image plus séduisante et accessible. Hot Vog témoigne de cette explosion du marché : en quelques mois, l'entreprise est passée de 2 à 12 salariés. Alexia a ouvert d'autres boutiques, un food truck et ne compte pas s'arrêter là : « Je voudrais que chaque fois que quelqu'un veut un jambon-beurre, il puisse se faire un hot-dog végan ! »