



COMMUNIQUE DE PRESSE

SANDERS lance une campagne de communication grand public pour soutenir les éleveurs français

Bruz, le 25 octobre 2021

SANDERS dévoile une campagne de communication à l'attention des consommateurs. Signée « Soutenons nos éleveurs », cette campagne se décline en cinq visuels et cinq messages (ci-joint) qui encouragent le grand public à s'interroger sur les réalités du métier d'éleveur et les comportements de consommation.

Un parti-pris audacieux

« Nous avons conçu cette campagne avant tout comme une ouverture au dialogue », explique Philippe Manry, Directeur général de SANDERS, « avec des messages simples et interpellants, pour aborder les grands sujets de l'élevage et inviter l'opinion à les mettre en perspective avec les habitudes de consommation. »

En effet, les Français sont-ils vraiment conscients que près d'1 poulet sur 2 consommé en France est importé ? Qu'un litre de lait se vend beaucoup moins cher qu'un litre d'eau minérale ? Que quelques centimes en plus sur un ticket de caisse peuvent faire une grande différence ? Qu'en 15 ans, 44 % des élevages ont disparu, faute pour les éleveurs de pouvoir vivre de leur métier ?

« A travers cette campagne, Sanders souhaite mettre en évidence ces exemples qui nous concernent tous et entend contribuer à faire bouger les choses, en rappelant au consommateur qu'il a le pouvoir d'agir pour soutenir l'élevage français. » précise Philippe Manry.

Expliquer que la qualité a un prix

Cette campagne est diffusée en ligne du 25 octobre au 3 décembre : 10 millions de bannières viendront ainsi soutenir l'élevage sur des sites grand public. En cliquant sur ces bannières, l'internaute sera redirigé vers une page d'information donnant des clés pour agir.

L'objectif de cette campagne est d'informer, d'expliquer et de permettre une meilleure compréhension des métiers et des enjeux de l'élevage pour que chacun, ensuite, achète en conscience : avoir le réflexe de se renseigner sur l'origine du produit et choisir l'origine France pour participer à la défense des éleveurs français. Il s'agit aussi de mettre en lumière ce que recouvre la notion de qualité – bien-être animal, normes environnementales, qualité sanitaire, qualité nutritionnelle, qualité organoleptique, etc. – et son prix en rayon : *« il faut comprendre que la qualité a un prix »*, souligne Philippe Manry.

Les messages ont été co-construits au cours de plusieurs ateliers avec une vingtaine d'éleveurs représentant la diversité de l'élevage français.

« Nous avons la connaissance de l'élevage, de sa pluralité, de ses métiers, de ses difficultés... L'élevage est notre ADN et il est de notre responsabilité de prendre la parole pour soutenir les éleveurs français, et contribuer à mobiliser les consommateurs. Cette mobilisation collective, c'est un défi que nous relevons. Et nous espérons que notre initiative sera fortement relayée pour toucher le plus grand nombre », conclut Philippe MANRY.



Lien vers les pages d'informations [ici](#)

A propos de Sanders

Sanders, leader de la nutrition animale en France et filiale du groupe Avril, s'engage au quotidien aux côtés de ses 26 000 clients éleveurs grâce à son organisation de proximité dans les territoires. Depuis plus de 100 ans, Sanders apporte son savoir-faire en matière de nutrition mais également son expertise économique, zootechnique ou environnementale pour accompagner les projets des éleveurs sur leur exploitation, et contribuer au développement des filières animales françaises.

Sanders en quelques chiffres :

- 24 usines certifiées Oqualim réparties sur le territoire national
- 6 concessionnaires fabricants et distributeurs de la marque
- 3,4 millions de tonnes d'aliments produites sous technique Sanders
- 1150 collaborateurs
- 26000 clients
- Une présence internationale : Turquie, Serbie, Tunisie, Algérie

www.sanders.fr

Contact presse : Anne BRISSAC - anne.brissac@groupeavril.com - 06 49 60 57 83