

# ENTRETIEN POULTRY NEWS

Christoffer Ernst  
*Managing Director Sales*

Vous faites le bilan de votre première année en tant que directeur général de LOHMANN BREEDERS, responsable des ventes, du service technique et du marketing. En un an, vous avez certainement pu vous faire une bonne idée de la situation. Voici donc quelques petites questions pour informer nos clients des dernières actualités.



**Vous venez d'une autre industrie. Qu'est-ce qui vous paraît particulièrement difficile dans notre activité?**

Bien que j'aie toujours travaillé dans le secteur des œufs, le contact avec des animaux vivants est certainement différent du monde des machines.

**Travailler avec des poussins vivants et délicats est un véritable défi, car il faut aussi composer avec les épidémies de grippe aviaire en cours et assurer les livraisons prévues longtemps à l'avance.**



## Y a-t-il un événement qui vous a particulièrement marqué ou dont vous gardez un bon souvenir?

J'ai beaucoup apprécié de participer aux LOHMANN SCHOOLS et d'apprendre à connaître nos partenaires et nos clients, ainsi que, bien sûr, tous mes nouveaux collègues talentueux.

**Le second semestre de cette année m'a également permis de recommencer à voyager et à rendre visite à nos clients et partenaires.**

## LOHMANN est une entreprise allemande avec une structure très internationale. Quel est, selon vous, son principal avantage (pour les clients)?

Il est vrai que la culture et l'héritage allemands occupent une place de choix dans l'ADN de LOHMANN. Mais en même temps, je vois vraiment LOHMANN comme une entreprise mondiale, avec des activités dans le monde entier.

**En outre, nos clients et partenaires du monde entier continuent également à jouer un rôle dans la définition de notre ADN, et font de LOHMANN une institution véritablement internationale.**

## Le sujet du développement durable est sur toutes les lèvres. Quelle est la position de LOHMANN sur ce sujet et quelles mesures ont déjà été mises en œuvre dans ce sens dans votre région?

Notre service technique joue sans conteste un rôle prépondérant dans notre programme de durabilité. Le bien-être des animaux est au cœur de nos préoccupations. Après tout, seuls des animaux en bonne santé, bien traités et nourris correctement, peuvent atteindre leur plein potentiel.

Les experts de l'équipe du service technique mondial sont toujours à la disposition de nos clients, quelle que soit l'urgence de leurs préoccupations. Des vétérinaires aux spécialistes de l'élevage des cheptels en passant par les experts en nutrition, ils passent la moitié de l'année à voyager pour aider nos clients, partager leurs connaissances et assurer ainsi le bien-être de nos animaux.

**Pour réduire les émissions de CO2 avec nos sites de production répartis dans le monde entier, nous garantissons des circuits d'approvisionnement plus courts. Un plus pour l'environnement, mais aussi un avantage indéniable pour nos poussins d'un jour.**

**Nous évitons les longues heures passées dans les poussinières, réduisons le risque de stress inutile pour les animaux et obtenons un meilleur taux de viabilité.**

**Vous n'avez pas vraiment choisi le moment le plus propice pour votre entrée en fonction. Quel a été et/ou est l'un de vos plus grands défis et quel est, selon vous, le plus grand défi pour l'industrie de la volaille dans les années à venir?**

L'IA reste un grand défi en matière de sécurisation des livraisons, tandis que la situation socio-économique actuelle continue de nous affecter tous à des degrés différents.

**Je pense que nous devons continuer de faire face à ces enjeux pendant un certain temps, et qu'ils marqueront profondément notre industrie, mais pas uniquement.**

**Avez-vous des projets concrets et innovants dans les différents domaines de la vente, du service technique et du marketing qui pourraient intéresser nos clients?**

Le service marketing constitue une partie dynamique des activités, qui doit en permanence assimiler des informations et des renseignements provenant de l'ensemble de l'entreprise, dans le but de faire passer un message juste et honnête.

J'ai eu la chance de rejoindre l'entreprise au moment du lancement d'une nouvelle image et d'un nouveau nom d'entreprise. J'ai pour ambition de m'appuyer sur cette identité d'entreprise et de renforcer davantage la notoriété de LOHMANN dans notre secteur.

**Nous disposons d'une équipe de vente technique solide ainsi que de vendeurs chevronnés dans le domaine de la science animale pour soutenir nos partenaires dans le monde entier.**

**Nous devons continuer à nous appuyer sur ces éléments pour garantir un service de qualité supérieure à nos partenaires.**

**Nous vous remercions pour cet entretien et vous souhaitons le meilleur pour la suite!**