

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Date de démarrage de campagne : 19 janvier 2025



Quand une betterave à sucre rêve de devenir macaron

Cultures Sucre lance une campagne aussi poétique qu'informative, réalisée par l'agence Glory.

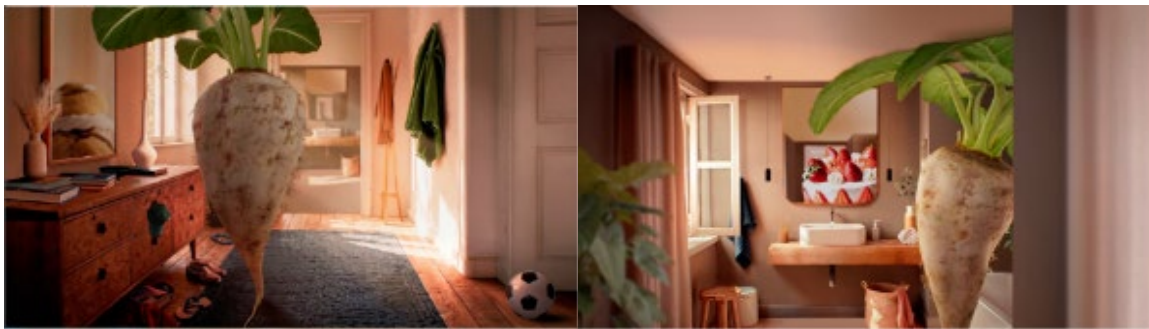
<https://www.youtube.com/watch?v=cfjvJUVm8K4>

Et si le sucre nous racontait enfin son histoire ?

C'est le pari de **Cultures Sucre**, l'association qui réunit les planteurs de betteraves sucrières et les fabricants de sucre français, avec le soutien de l'agence Glory. Avec un objectif commun : reconnecter les Français à l'origine souvent méconnue de ce produit du quotidien.

Un message simple mais essentiel : le sucre vient de nos régions.

La transparence sur l'origine des aliments et la souveraineté occupent de nos jours une place centrale dans le débat public. Il était temps de rappeler une vérité trop souvent oubliée : **le sucre blanc que nous consommons provient de la betterave sucrière, cultivée sur le sol français.** Un produit agricole, d'origine naturelle qui donne vie à toutes les douceurs qui nous font rêver.



Une campagne décalée pour réenchanter le regard sur le sucre

La campagne, qui sera visible dès 19 janvier 2026 à la **télévision** (chaines régionales et Video on line), dans la **presse quotidienne régionale** (en PQR66 le 24 janvier et dans Diverto Magazine le 23 janvier) et sur les réseaux sociaux, met en scène un personnage inattendu : **une betterave à sucre réaliste (juste sortie du champs), reflétant dans le miroir sa métamorphose en pâtisseries aussi emblématiques qu'un macaron, un fraisier ou un gâteau d'anniversaire.**

On la découvre évoluant dans un univers domestique tout aussi réaliste, un appartement, une salle de bain, un dressing ou une coiffeuse comme si elle se préparait à devenir une star du goût. **Un traitement visuel à la fois sensible et ludique, qui détourne les codes de la beauté pour parler d'agriculture et d'alimentation.**

Cette production créative est le travail d'une équipe artistique variée composée de directeurs artistiques, d'artiste IA, de comédien voix off. Un travail mélangeant différentes techniques de production : une modélisation en 3D à partir de vraies betteraves et des photos prises dans les champs pour enrichir l'IA. Chaque étape de cette réalisation complète a été validée par des agriculteurs de la filière, pour un rendu plus réaliste des betteraves.



Une pédagogie par l'émotion et la poésie

Derrière l'humour et l'originalité, la campagne porte une intention claire :

- Mieux faire connaître **l'origine agricole du sucre**.
- **Valoriser la filière française** et son ancrage territorial.
- **Recentrer le débat autour du sucre** en redonnant ses lettres de noblesse à un ingrédient central du patrimoine culinaire français.



À propos de Cultures Sucre

Cultures Sucre est une association loi 1901 qui représente les planteurs de betteraves et les fabricants de sucre français. Son ambition est de valoriser **l'ingrédient sucre**, son **origine agricole** et ses **utilisations**, dans le cadre d'une **consommation raisonnée de sucre**.

À propos de Glory Paris, next level agency

Fondée en 2015 par Hugues Pinguet et Arnaud Le Bacquer, l'agence Gloryparis se distingue par son positionnement unique avec pour seul objectif de valoriser et d'enrichir les marques, les organisations ou institutions et leur écosystème.

Le Next Level.

Chacune de ses entités a une nouvelle étape à franchir. Grâce à son audace créative, Glory les pousse au-delà de leurs limites en cassant les codes conventionnels.

Glory Paris agence iconoclaste vous accompagne ainsi vers leur Next Level.