



Communiqué de presse. Angers, le 10 décembre 2009

## **Nouveau nom et nouveau projet pour la filière viande bovine de Terrena**

Au cours du premier trimestre 2010, Terrena viande et Soviba changeront d'identité pour devenir Elivia. Ce changement d'identité s'accompagne d'une évolution de la stratégie et de l'organisation de la filiale viande bovine et porcine du groupe Terrena.

### **Valoriser le lien entre élevage et viande**

La coopération agricole tire sa force de la cohérence d'une chaîne alimentaire qui va des éleveurs à la mise en marché. C'est cette force que représente Elivia, la filiale viande du groupe coopératif Terrena, un ensemble unique en France qui regroupe 5 000 éleveurs et 15 outils industriels.

Grâce à cette particularité, Elivia veut devenir la référence des viandes à haute valeur ajoutée, en termes de sécurité alimentaire et de qualité nutritionnelle. L'objectif est de passer 25 % de sa production en cahiers des charges de qualité : marques, labels rouges, AOC et viandes bio...

Alors que les attentes des consommateurs en termes de santé, de bilan écologique et de bien-être animal ont évolué, Elivia compte valoriser ce lien entre l'élevage et la viande.

### **Elivia : numéro 2 de la viande en France**

Avec Elivia, le groupe va poursuivre sa croissance sur tous les circuits de distribution. Avec 770 millions d'€ de chiffre d'affaires, 170 000 tonnes commercialisées et 2000 salariés, Elivia veut s'imposer comme un solide numéro 2 sur le marché français de la viande bovine et s'inscrire sur le marché européen. C'est pourquoi le groupe a programmé une enveloppe d'investissements de 60 millions d'euros sur les 5 prochaines années en particulier pour la modernisation de ses outils. C'est déjà par exemple le cas avec les 6 millions d'euros investis cette année dans la refonte de la chaîne d'abattage du site du Lion d'Angers.

Elivia investira également dans les compétences de ses équipes en renforçant ses équipes commerciales et marketing.

### **Une structure de management unique**

Pour cela, une structure de management unifiée entre les structures Terrena Viande, Soviba et Scabev sera mise en place. Cette dernière permettra la mise en commun de l'ensemble des fonctions transversales. Le commerce d'Elivia sera organisé autour de quatre réseaux : viande prête à découper (PAD), commerce traditionnel (cheville), produits élaborés, export.

### **La marque d'Anvial ; symbole de cette nouvelle stratégie**

Début novembre, Elivia a reconfiguré la marque d'Anvial. Cette dernière est maintenant destinée à proposer une offre multi-viande sur l'ensemble du réseau commercial traditionnel des chevilles. 150 éleveurs référencés dans l'Ouest de la France travaillent déjà sur un cahier des charges précis notamment pour l'aspect nutritionnel. Déjà testée depuis deux ans pour le bœuf, la démarche d'Anvial couvrira dorénavant l'agneau, le porc, le veau et à terme la volaille. L'objectif affiché est d'implanter la marque dans cent boucheries d'ici la fin du premier trimestre 2010.

Contacts presse :

Christine Morault – Tél. 02 40 47 98 19 – Fax. 02 40 47 98 21 christine@morault.com  
Terrena : Christophe Couroussé – Tél. 02 40 98 91 60 – Fax. 02 40 83 85 39 ccourousse@terrena.