



La Nouvelle Agriculture® Pour la vie, pour l'avenir

- La Nouvelle Agriculture®, la marque des agriculteurs, connaît un développement fort et continu et affiche une croissance mensuelle de ses volumes de +25%
- La Nouvelle Agriculture® étoffe ses gammes et rend accessible chaque jour une viande de qualité et saine
- La Nouvelle Agriculture® de Terrena, toujours un temps d'avance dans le « produire mieux »
- Terrena poursuit son engagement sociétal en devenant partenaire fondateur de Ferme France



La Nouvelle Agriculture[®], la marque des agriculteurs, connaît un développement fort et continu et affiche une croissance mensuelle de ses volumes de +25%

- En moins d'un an, les produits La Nouvelle Agriculture[®] sont déjà référencés dans 2 000 magasins.
- Une croissance mensuelle des volumes à +25% sur le dernier trimestre 2017
- Une offre produits plébiscitée par 80% des consommateurs
- Une campagne de communication incarnée par les agriculteurs engagés dans la démarche et appréciée par 82% des consommateurs
- Des produits reconnus « Saveur de l'année 2018 »

Lancée en avril 2017 par une nouvelle génération d'agriculteurs de l'Ouest de la France, issus de la coopérative Terrena, la marque La Nouvelle Agriculture[®], première marque transversale boucherie et volailles avec plus de 50 références disponibles, réalise une performance inédite dans le secteur des produits carnés : en à peine un an plus de 2 000 grandes et moyennes surfaces sur les 6 500 que compte le territoire français distribuent les produits La Nouvelle Agriculture[®].

La Nouvelle Agriculture[®], une marque en phase avec les attentes sociétales et qui porte un avenir positif pour l'agriculture française

Cette installation de la marque La Nouvelle Agriculture[®] se fait pourtant dans un contexte inédit marqué par :

- une baisse continue de la consommation de viande en France depuis 20 ans (-10 kg (équivalent carcasses) par habitant selon France AgriMer)
- un nouveau cadre législatif issu des Etats Généraux de l'Alimentation (contractualisation, construction du prix, seuil de revente à perte, approche en filières...)
- une nouvelle phase de transition nutritionnelle engagée en France (en réaction aux scandales alimentaires, à l'évolution du rapport Homme-Animal, aux considérations environnementales, à la préoccupation des français de l'impact de l'alimentation sur leur santé...)
- un environnement agricole en pleine mutation (baisse du nombre d'exploitations, concentration des acteurs de l'agro-alimentaire, changements climatiques, digitalisation...)

Ses fortes progressions viennent ainsi confirmer le positionnement transparent et innovant de cette marque créée par des agriculteurs et parfaitement en phase avec les préoccupations sociétales et les exigences des consommateurs attentifs à la qualité, au goût, à la juste rémunération des producteurs et aux pratiques d'élevage.

La Nouvelle Agriculture[®] permet de créer un lien fort et direct avec les consommateurs en plaçant au cœur de sa démarche les agriculteurs, considérés par 78% des consommateurs comme des acteurs dignes de confiance pour leur fournir une alimentation de qualité.



Une approche plébiscitée par les consommateurs

En proposant des produits issus d'une démarche inédite conciliant progrès et nature, qualité et accessibilité, innovations et juste rémunération des producteurs, La Nouvelle Agriculture® s'attache à considérer l'agriculture dans toutes ses dimensions: le produit bien sûr, mais également les hommes, la diversité des territoires et le respect du vivant, des hommes, des animaux et de la terre.

Une approche plébiscitée par les consommateurs qui sont 80%¹ à « apprécier l'arrivée de cette nouvelle offre » aux rayons viandes et à considérer qu'« elle permet de manger sain » et qu'« elle répond parfaitement aux attentes d'aujourd'hui ».

Une campagne de communication incarnée par des agriculteurs coopérateurs

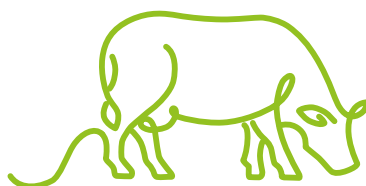
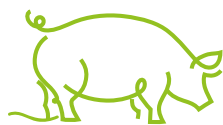
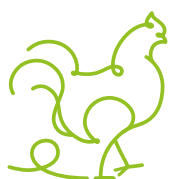
Ce triptyque : produit, savoir-faire des hommes sur un territoire et productions respectueuses est au centre de la campagne de communication La Nouvelle Agriculture® diffusée sur les principales chaînes hertziennes, TNT et câbles et réseaux sociaux.

Elle est incarnée par 15 agriculteurs de la coopérative et leurs familles dont les fermes sont situées dans l'Ouest de la France. Ils partagent dans ces films leurs pratiques innovantes qu'ils mettent en œuvre dans leur ferme et qui font la fierté de leurs enfants.

Cette campagne enthousiaste a touché plus de 14 millions de téléspectateurs à travers 3 spots produits de 35 secondes pendant 4 semaines du 13 novembre au 11 décembre 2017. Elle a été complétée par la diffusion sur Youtube d'un clip de 3 minutes qui a été vu plus de 2,4 millions de fois. Une création publicitaire remarquée de la part des consommateurs avec une forte reconnaissance à 42% alors que la moyenne des campagnes publicitaires se situent à 36%². Cette campagne a ainsi permis de faire progresser la notoriété assistée de cette jeune marque de 3 points (à 4%).

Des produits plébiscités et reconnus Saveurs de l'année 2018

8 références (poulet, porc, bœuf, lapin) ont été récompensées par Les Saveurs de l'Année 2018. Ces distinctions valident la qualité gustative des produits en les soumettant à un Examen Gustatif®. C'est lors d'une dégustation à l'aveugle, en laboratoire d'évaluation sensorielle, que chaque produit candidat est goûté et évalué par un jury de consommateurs indépendant. Une épreuve de vérité qui repose sur des règles méthodologiques strictes qui a permis de confirmer tout l'attrait des consommateurs pour les produits La Nouvelle Agriculture®.



1 Étude Scènes de vie - Juin 2017

2 Étude Kantar TNS - Décembre 2017

La Nouvelle Agriculture® étoffe ses gammes et rend accessible chaque jour une viande de qualité et saine

- Extension de la gamme de viande bovine au rayon surgelé (4 références)
- Création d'une gamme été transversale volailles et boucherie (10 références)

Fondée sur l'intérêt commun de la santé et du plaisir gustatif, la marque La Nouvelle Agriculture® entend répondre à l'appétit des Français pour le « bien-manger ». En élargissant ses gammes au surgelé et aux produits estivaux, La Nouvelle Agriculture® poursuit sa volonté de rendre accessible chaque jour, au plus grand nombre de consommateurs une viande de qualité et saine

Des gammes étendues pour plus de praticité et de convivialité

La viande bovine La Nouvelle Agriculture® arrive au rayon surgelé

Le panier moyen (surgelés) des ménages (soit 98,6% des foyers acheteurs) est de 223 euros par famille et constitue le deuxième budget après la crèmerie dans les produits frais en libre-service³. Plébiscités par les français pour leur simplicité d'usage et leur praticité, les produits surgelés s'appuient sur des constantes reconnues par les consommateurs : des produits anti-gaspillage, des produits portionnables et adaptés aux besoins des consommateurs.

Lancé au mois d'avril, cette nouvelle gamme de viande bovine compte 4 références :

- Steak haché façon bouchère Pur Bœuf ;
- Steak (10 jours de maturation) ;
- Viande hachée Pur Bœuf
- Boulettes Pur Bœuf.

Nés, élevés et préparés en France, les bovins sont nourris avec les fourrages produits sur l'exploitation même. En partenariat avec l'Association Bleu-Blanc-Cœur (BBC), La Nouvelle Agriculture® s'engage à suivre le cahier des charges de l'association, reconnu d'intérêt nutritionnel et environnemental par les Ministères de la Santé et de l'Agriculture.

En respectant ces conditions, La Nouvelle Agriculture®® partage les préconisations de Bleu-Blanc-Cœur en valorisant notamment les plantes oléo-protéagineuses (lupin, féverole, pois, lin, etc.). La graine de lin qui en est extraite permet de diversifier l'alimentation des animaux et de contribuer à fournir des produits alimentaires de meilleure qualité nutritionnelle



3 Source : Les Entreprises des Glaces et Surgelés (2016)



Bleu-Blanc-Cœur, une démarche reconnue et rassurante

Selon sa dernière étude de notoriété, plus d'un Français sur trois reconnaît le logo BBC à la petite fleur de lin. Ils sont plus de 80% à juger la démarche rassurante. Parmi les facteurs de confiance, on relève deux registres de réassurance : les acteurs et les garanties apportées.

- S'agissant des acteurs, les consommateurs font le plus confiance à l'éleveur lorsqu'il s'agit de parler d'alimentation et de bien manger (choisi par 36% des français).
- S'agissant des garanties, et en écho à cette confiance dans les éleveurs, « la traçabilité et l'origine » est la thématique la plus importante, talonnée par « l'alimentation animale » (quelle que soit la famille produit).





La Nouvelle Agriculture® se met à l'heure d'été avec une gamme transversale de produits estivaux

Pour accompagner les moments de convivialité dès les premiers jours d'été, La Nouvelle Agriculture® élargit ses gammes volailles et boucherie en proposant dès le mois d'avril de nouveaux produits de qualité bouchère répondant à la demande de consommateurs en recherche de produits sains, gourmands, quotidiens et accessibles, faciles à cuisiner et à partager.

La marque des agriculteurs propose ainsi une offre transversale de produits libre-service de 10 références :

- en volailles avec
 - 2 références de saucisses 100% viande de poulet hachée gros grains, (aux oignons cuisinés et aux Herbes de Provence)
 - 2 références de découpes aromatisées - de beaux morceaux de cuisse sélectionnés pour leur tendreté et leur saveur (au Sel de Guérande et au Poivre noir ainsi qu'au Piment d'Espelette)
 - 2 références de brochettes 100 % viande de poulet (au Sel de Guérande et au Poivre noir ainsi qu'au Piment d'Espelette)
- en boucherie avec
 - 2 références de petites brochettes (de bœuf charolais et de porc)
 - 2 références de merguez de bœufs charolais

En étoffant ses gammes, La Nouvelle Agriculture démontre sa capacité à répondre aux besoins quotidiens de tous les consommateurs et à proposer des solutions repas, accessibles et de qualité.

La Nouvelle Agriculture® de Terrena, toujours un temps d'avance dans le « produire mieux »

Depuis 2008, La Nouvelle Agriculture® de Terrena a franchi plusieurs étapes décisives qui lui ont permis de prendre un temps d'avance en matière de traçabilité et de pratiques agricoles innovantes pour valoriser différemment ses produits et renforcer le climat de confiance entre les agriculteurs et les consommateurs. Terrena est ainsi devenu en l'espace de 10 ans le spécialiste des matières premières agricoles durables et innovantes et a pour ambition d'emmener l'intégralité de ses 3 000 adhérents agriculteurs les plus engagés vers des modes de productions différenciées.

Pour y parvenir, Terrena investit sur son territoire situé dans le Grand Ouest de la France pour développer, avec ses adhérents, des solutions concrètes et innovantes plus respectueuses de l'écosystème et du bien-être des animaux. Plus de 20 millions d'euros ont déjà investis par Terrena depuis 2008 pour faire émerger des solutions qui font évoluer positivement l'agriculture française et permettent d'anticiper et de répondre aux nouveaux comportements alimentaires.

Parmi les principaux jalons qui ponctue l'histoire de La Nouvelle Agriculture® :

Dès 2008, Terrena engage une révolution de ses pratiques agricoles

Le virage de l'Agriculture Ecologiquement Intensive

Après une grande consultation de ses adhérents, Terrena a décidé dès 2008 de prendre le virage de l'Agriculture Ecologiquement Intensive conceptualisé par l'agro-économiste Michel Griffon et engage ainsi avec ses adhérents le développement de solutions qui considèrent l'environnement comme socle d'innovation et permettent de produire plus et mieux avec moins. Nutrition et protection végétale, nutrition et santé animale, optimisation des outils et machines agricoles, gestion de l'eau, préservation des sols, valorisation de la biomasse sont autant de leviers de recherche pour imaginer les techniques agricoles de demain.

Les Terrenales, plateforme de partage et de démonstrations de nouvelles pratiques agricoles

Pour favoriser le partage et la diffusion de ces nouvelles pratiques, Terrena est à l'initiative en 2010 d'un événement dédié à l'innovation agricole, Les Terrenales, qui a rassemblé plus de 10 000 professionnels pour sa première année et a permis de présenter une centaine de solutions fondée sur l'Agriculture Ecologiquement Intensive.

Des solutions La Nouvelle Agriculture® portées par les agriculteurs « Sentinelles de la Terre »

Chacune de ces solutions est au service de la performance technique et économique de l'exploitation. Testées grandeur nature par des agriculteurs pionniers appelés « Sentinelles de la Terre », elles sont viables économiquement, réduisent la consommation d'intrants non renouvelables et apportent un bénéfice environnemental, notamment en terme de biodiversité. En 2012, ce sont déjà plus d'une vingtaine de solutions qui sont proposées et dont les gains technico-économiques sont connus, par exemple : Fertilio Sat, qui permet de diminuer grâce à l'utilisation de l'imagerie satellite les apports d'azote de 10 à 30 unités par hectare tout en augmentant les rendements de +4,4 quintaux par hectare en blé ; Fongipro qui permet de supprimer les traitements fongicides systématiques en apportant un conseil adapté à la réalité du risque et personnalisé à la parcelle avec un retour sur investissement de 40€ par hectare de blé, coût du service compris.

Dès 2014, Terrena prend le virage du digital, source de création de valeur

Consélio, une solution inédite et innovante de traçabilité du conseil

Terrena devient un acteur du Big Data agricole en 2014 à travers Consélio, un outil de conseil tracé qui permet à l'agriculteur d'accéder à toutes ses données techniques et réglementaires d'un seul clic. Chaque conseil est justifié et fondé sur les solutions testées chaque année par les agronomes de la coopérative sur plus de 12 000 parcelles d'essais.

Les Terrenales 2015, rendez-vous pionnier de l'innovation digitale agricole

La moitié des 100 innovations présentées à l'édition 2015 des Terrenales étaient liées au digital et aux capteurs : analyse des qualités nutritionnelles de la viande sur animal vivant, lunettes connectées à réalité augmentée, capteurs et modèles pour déclencher la date de semis du maïs, pour piloter l'irrigation au plus juste, données géo-référencées pour élaborer un conseil de protection des plantes et de qualité de l'eau ... Plus de 12 000 visiteurs ont ainsi pu découvrir des solutions digitales et innovantes proposées par Terrena.

L'application Tibéna, véritable innovation technologique dédiée au bien-être des animaux

Une des premières concrétisations de solutions digitales proposées aux agriculteurs dès 2016 est l'application pour smartphone Tibéna. Celle-ci permet à un éleveur d'évaluer facilement le niveau de bien-être de ses animaux en fonction de critères objectifs, basés sur l'observation du comportement des animaux dans l'élevage. Première et seule application dans le monde à être basée sur l'observation du comportement des animaux en élevage, l'application Tibéna s'est vu distinguer par le deuxième prix de l'innovation 2016 aux Trophées du Bien-être animal CIWF.



Lancement de WIUZ, nouvelle plate-forme digitale ouverte, source de solutions pour les agriculteurs

Terrena est également à l'initiative avec Axérial en 2016 d'un nouvel acteur de l'économie collaborative dans l'agriculture : Wiuz. Cette start-up propose une plateforme agronomique géo-référencée qui mutualise les données numériques afin d'impulser le développement d'applications innovantes pour l'agriculture. Fondé sur 4 principes tournés vers la création de valeur (l'ouverture à tous, la simplicité, l'utilisation hors-connexion et la propriété des données aux agriculteurs), la plateforme exploite dès son lancement les données de 2 millions d'hectares.

Dès 2015, Terrena engage une révolution conceptuelle de la traçabilité

Lancement de TraceN@, une application innovante de traçabilité

Terrena a adopté dès 2015 une approche innovante et transparente de la traçabilité de ses produits La Nouvelle Agriculture® en développant l'application TraceN@ qui permet de localiser les exploitations agricoles dont sont originaires ces produits.

Lancement d'une plateforme collaborative inédite permettant une traçabilité complète sur l'ensemble de la filière agroalimentaire

Pour aller plus loin, Terrena s'est associé en 2016 à GS1 France pour développer un projet de plateforme collaborative de traçabilité permettant à tous les acteurs de la chaîne agro-alimentaire (amont agricole, industries agro-alimentaires, grossistes, logisticiens, distributeurs, offreurs de solution) de partager, valoriser et exploiter leurs données entre eux et jusqu'au consommateur final.

Véritable innovation de rupture, la plateforme collaborative de traçabilité GS1 se positionne comme la référence de demain en matière de traçabilité agroalimentaire. Elle rend possible la saisie, la visualisation et le partage d'informations entre toutes les parties prenantes pour servir les besoins d'optimisation des supply chains et informer, de façon inédite et novatrice, les consommateurs sur l'origine de leur produit.

Lancement d'AgriMatrice, un outil novateur qui permettra d'informer d'une façon inédite les consommateurs de l'origine du produit

Sur cette plateforme, inédite dans l'écosystème agroalimentaire, Terrena a développé en 2017 le portail AgriMatrice ayant pour finalité d'objectiver et de valoriser ses pratiques agricoles et industrielles : bien-être animal, diminution des intrants non renouvelables, réduction de CO2, économie territoriale...

Dans une analogie avec un réseau de transports, TraceN@ permet de localiser une station de départ quand AgriMatrice permet de cartographier tout le réseau et de visualiser les flux. AgriMatrice rend ainsi lisible et intelligible l'écosystème de Terrena qui lui permet de faire remonter et valoriser directement les données de l'amont agricole.

A travers cette plateforme, c'est une véritable révolution conceptuelle de la traçabilité qui s'amorce. Elle permet d'appréhender toutes les phases de la vie du produit, de reconstituer le parcours de la production du vivant et les pratiques des agriculteurs qui lui sont associées.



Terrena poursuit son engagement sociétal en devenant partenaire fondateur de Ferme France

Terrena soutient l'association Ferme France en qualité de partenaire fondateur aux côtés d'Advitam, Fleury-Michon et Sodebo. Terrena contribuera dans cette démarche collective à créer et à déployer des indicateurs et des outils qui deviendront les références sur le sujet de la performance sociétale.



Dans l'esprit des Etats Généraux de l'Alimentation, Ferme France, association à but non lucratif, propose de rassembler et d'accompagner tous les acteurs engagés en faveur de produits issus d'une production agricole prenant en compte les enjeux de société (bien-être animal, rémunération des agriculteurs, origine et traçabilité des produits, réduction et alternatives aux phytosanitaires, protection et restauration de l'environnement, du climat et de la biodiversité).

Un étiquetage d'évaluation de la performance sociétale

Sur la base du volontariat, Ferme France proposera aux acteurs économiques de valoriser leur engagement et leur performance sociétale via un étiquetage simple, rapidement compréhensible par le consommateur et identiques quelle que soit la filière d'origine et le produit.

L'étiquetage donnera sur l'emballage une note globale de performance sociétale allant de 1 de à 100 d'un produit intégrant la diversité des enjeux. Le détail des performances sera donné sous format digital. Ainsi, en achetant des produits étiquetés Ferme France, le consommateur a en un clin d'œil une et une seule indication de la valeur sociétale de ce qu'il consomme via l'étiquette Ferme France apposée sur les produits.

Contribuer à la mise en œuvre de plans de progrès sociétaux

Les plans de progrès seront définis filière par filière, enjeu sociétal par enjeu sociétal, en concertation avec les acteurs économiques engagés dans la démarche, les experts et les consommateurs.

Les plans de progrès prendront en compte toutes les étapes qui constituent la chaîne de valeur (production, transformation, distribution, commercialisation) et se baseront sur des indicateurs objectifs, co-construits et facilement auditable.

Un jury citoyen pour Impliquer le consommateur

La mise en place de plans de progrès crédibles nécessite la participation des consommateurs. Cette implication citoyenne a également pour ambition de rapprocher les consommateurs des acteurs de la filière. Ferme France leur propose de participer de choisir les priorités de ces plans de progrès et de valider la performance sociétale dans le cadre d'un jury citoyen.

Aux côtés des 4 partenaires fondateurs, de nombreuses organisations issues de l'agriculture, de l'agroalimentaire, du textile et de l'ameublement, de la distribution, du commerce et de la restauration se sont déjà engagées à rejoindre le projet en tant qu'adhérents.

Ferme France travaille également avec plusieurs organisations de référence qui lui apportent leur expertise technique : l'ADEME, Bleu Blanc Cœur, GS1, l'INRA, et le LIT Ouest Territoire d'élevage.

Pour **Hubert Garaud**, agriculteur et président de Terrena « *Dans la continuité des engagements sociétaux que nous avons pris dès 2008 avec La Nouvelle Agriculture®, il était naturel pour Terrena de soutenir une dynamique collective innovante qui contribue à améliorer les performances sociétales de nos filières, les pérenniser et créer de la valeur sur nos territoires et nos marchés. En développant un étiquetage d'évaluation de la performance sociétale des produits, Ferme France va permettre au consommateur une meilleure lisibilité et compréhension des démarches de progrès engagées par les acteurs des filières alimentaires sur le plan de la traçabilité, du bien-être animal ou bien encore de l'impact sur l'environnement. C'est une opportunité pour pérenniser les filières de nos territoires et faire reconnaître l'excellence des filières agricoles françaises à l'export.* »

Pour **Maxime Vandoni**, directeur général de Terrena : « *Ferme France est l'expression d'une volonté commune des producteurs, des distributeurs, des consommateurs et de l'ensemble des acteurs du monde agroalimentaire de prendre leur destin en main et collectivement, de faire bouger les lignes. En fédérant et en intégrant les démarches, les outils, travaux et labels existants, cette démarche inédite va permettre de faire progresser l'ensemble des acteurs de la filière alimentaire dans un juste équilibre entre éthique sociétale et faisabilité technico-économique. La Nouvelle Agriculture® est l'illustration même de cet équilibre et souhaite à travers ses réussites, partager son expérience et contribuer à la définition d'objectifs communs de performance sociétale.* »



.....
Contacts

Alexandre Charron - 02 40 98 96 04 - 06 60 90 49 66 - acharron@terrena.fr

Christine Morault - 02 40 47 98 19 - christine@morault.com

Pour Ferme France : Shan - **Edouard de La Loyère** - 01 42 86 82 45 - edouard.delaloyere@shan.fr