

I. Les Vecteurs de Communication entre les Echelons et leurs Influences

Il existe 7 vecteurs majeurs permettant à la filière de communiquer entre elle.

1. Les interprofessions
2. Les chambres consulaires (chambre d'agriculture)
3. Les coopératives
4. Société d'Intérêt Collectif agricole (Sica)
5. Les Groupement D'intérêt Economique Et Environnemental (GIEE)
6. La Fédération Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles

1. Les Interprofessions.

Ce sont des personnes morales de droit privé, en général des associations régies par la loi du 1er juillet 1901.

Il existe 6 interprofessions agroalimentaires en France :

- a) Viandes, volailles et produits dérivés.
- b) Fruits, Légumes, Pommes de Terre et Fleurs.
- c) Lait et Fromage.
- d) Aquaculture et Coquillages.
- e) Céréales, Grandes Cultures végétales et semences.
- f) Vins, spiritueux et autres boissons.

Chaque interprofession doit s'adapter aux besoins de sa filière. Mais toutes jouent un rôle prépondérant dans la communication entre tous les acteurs d'une filière (principalement les producteurs) et les consommateurs.

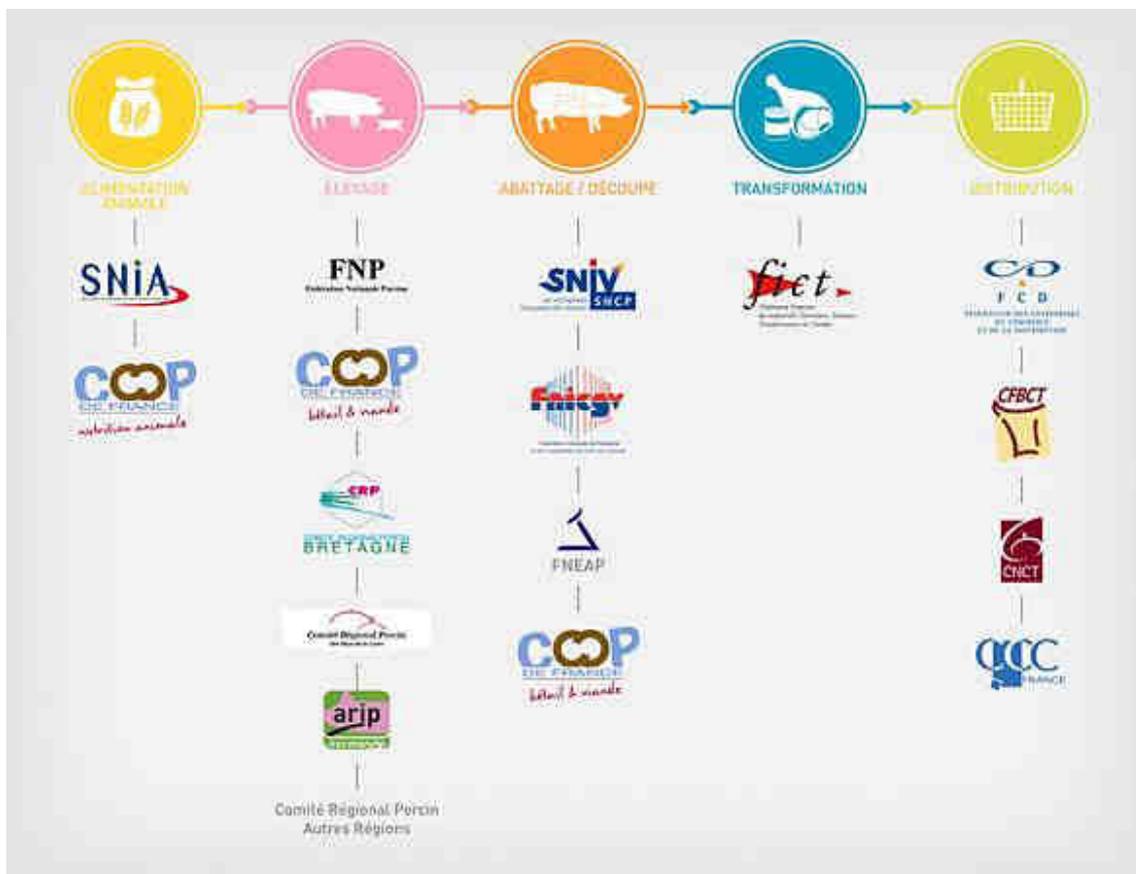
Une interprofession a pour objectif premier de représenter et défendre les intérêts des organisations professionnelles de sa filière, autrement dit les métiers de sa filière. Cela passe autant par la régulation du marché et la mise en place de partenariats que par le contrôle de l'image et de la communication.

Certaines interprofessions ont des moyens plus importants, comme celle du lait, la CNIEL.

Une interprofession dispose d'une capacité d'influence importante.

Organisation de l'Interprofession INAPORC

<http://www.leporc.com/decouvrir/inaporc.html>



2. Les Chambres consulaires (Chambres d'Agriculture).

Le réseau des Chambres d'agriculture couvre l'ensemble du territoire : au niveau régional et départemental.

Etablissements publics placés sous la tutelle de l'Etat, les Chambres d'agriculture sont administrées par des élus représentant l'activité agricole, les divers groupements professionnels agricoles et les propriétaires forestiers.

Chaque Chambre a deux missions bien distinctes. Une étendue au point de vue local et national, une autre exclusivement locale.

La 1^{ère} mission de chaque chambre est de valoriser l'activité du secteur agricole, d'en représenter les intérêts publics auprès des pouvoirs publics et des collectivités territoriales. C'est une mission consultative.



Leur 2^{ème} mission est une mission de proximité. Leur lien avec les exploitants et collectivités doit être privilégié, pour une adaptation optimale à leurs besoins. Mission d'intervention.

Chaque chambre doit être un interlocuteur privilégié entre les acteurs, les pouvoirs publics et les collectivités territoriales. Elle est le porte-parole de tous les acteurs de la profession, en faveur des Hommes et des entreprises.

Sa sphère d'influence est importante.

3. Les coopératives.

Une coopérative est une organisation économique d'agriculteurs qui ont décidé de rassembler les moyens de production, de transformation et de commercialisation de leurs produits agricoles. Elle doit maximaliser les échanges au sein des structures.

Acteur majeur du tissu économique et social, le modèle coopératif agricole maintient aussi une vie professionnelle et collective dans les zones rurales défavorisées.

Il existe des coopératives agricoles pour tout type de production : lait, céréales, vin, viande, fruits (fruitière), légumes, lin, sucre, coton, arachides...



<http://www.prenonsnotreimageenmain.coop/>

Symbolisé par le fonctionnement : « Un Homme, Une Voix », une coopérative est d'abord symbolisée par son modèle démocratique et son attachement à un territoire, favorisant ainsi la communication et la solidarité entre les acteurs.

Leurs influence est forte, et évolue avec la taille et leur importance.

4. Société D'intérêt Collectif Agricole (SICA)

Les sociétés d'intérêt collectif agricole ont pour objectif de créer ou de gérer des installations et équipements ou d'assurer des services dans l'intérêt des agriculteurs.

Elles se distinguent avec une possibilité de traiter avec des non-agriculteurs.

Leur capacité d'influence est moindre et diminue avec leur présence de moins en moins forte.

5. Les Groupement D'intérêt Economique Et Environnemental (GIEE)

Les GIEE sont des groupements favorisant l'émergence de dynamiques collectives prenant en compte à la fois des objectifs économiques et des objectifs environnementaux, en favorisant la mise en place de dynamiques au niveau local. Ce sont des groupes d'agriculteurs.
<http://agriculture.gouv.fr/loi-avenir-GIEE>

Pour faciliter les actions communes, la loi prévoit que les actions menées par les agriculteurs membres du GIEE dans le cadre de ce projet relèveront de l'entraide agricole (et non d'une relation commerciale ou salariale).

Plusieurs réseaux d'exploitants agricoles ont d'ores et déjà mis en œuvre des organisations collectives allant dans ce sens et présentent les caractéristiques qui devraient leur permettre d'être reconnus comme GIEE lorsque ce dispositif sera mis en place.

<http://webtv.agriculture.gouv.fr/produisons-autrement-des-pionniers-aux-giee-les-agriculteurs-mobilises-video-3839.html>



6. La Fédération Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles

La FNSEA est le syndicat professionnel majoritaire dans la profession agricole en France.

Elle mène des campagnes publicitaires sur le secteur. La dernière en date : « Les métiers de l'agriculture. Ils font tourner la terre » avait pour objectif de redorer la filière et surtout l'emploi.

En termes de communication, la FNSEA est importante pour l'ensemble de la filière qu'elle représente. En témoigne, son évènement, La Nuit Verte, qui rassemble chaque année l'ensemble des organismes acteurs de la filière à Paris pour mettre en valeur l'agriculture française et en donner une image actuelle, moderne et responsable.

Schéma n° 1 : l'espace de communication de l'agriculture



http://www.agriculteursdefrance.com/Upload/Commissions/Fichier_106.pdf page 6

II. Poids de la Communication dans la Détermination d'Achat des Consommateurs par rapport aux autres Facteurs

D'après une séance du 24/10/2012 de l'Académie de l'Agriculture de France, c'est la qualité gustative et du produit qui priment dans le choix du produit. Les producteurs étant de plus en plus en concurrence, ce sont les aspects qualitatif, gustatif, convivial et chaleureux du produit qui décident le consommateur à acheter.

<http://academie-agriculture.fr/seances/la-qualite-gustative-des-aliments-criteres-de-choix-des-consommateurs>

Le consommateur est également sensible aux labels.

Un exemple de programme pouvant avoir un impact favorable sur l'agriculture face aux autres facteurs de déclenchement de l'achat, est le Programme National pour l'Alimentation. (PNA) <http://alimentation.gouv.fr/pna> axé sur la nutrition.