

Contexte et enjeux

- Un nombre croissant de reportages à charge sur les filières agro-alimentaires
- Un consommateur de plus en plus exigeant en matière de transparence de l'information
- Une nécessité d'acculturer les prescripteurs, leaders d'opinion et consommateurs à la réalité des filières françaises

Ambition du projet

- Recréer de la confiance chez les consommateurs
- Améliorer la connaissance et la perception des produits & savoir-faire français et recréer de la préférence
- Pérenniser les filières agro-alimentaires françaises

Chiffres-clés

41% des Français ne connaissent pas les métiers de l'agriculture¹

82% ont une bonne opinion des agriculteurs²

46 % ont une mauvaise image de l'industrie agroalimentaire²

1: Enquête BVA UIPP 2014

2: Enquête IPSOS ACOOA 2014, Odoxa 2015

Descriptif

Résultat: une plateforme pédagogique multi-cibles

- Conception d'une plateforme d'échanges et de diffusion de contenus pédagogiques positifs sur la réalité des filières agro-alimentaires françaises, porté par un collectif d'acteurs, et qui soit :
 - structuré et aborde les vrais sujets sans en occulter
 - adapté tant en format qu'en contenu aux différentes cibles (consommateurs, leaders d'opinion et prescripteurs)
- Cette plateforme serait construite sur deux piliers :
 - Un socle de connaissances commun: lieu de diffusion d'informations par les professionnels de la filière
 - Un volet interactif permettant aux consommateurs d'exprimer leurs interrogations et attentes

Impacts attendus



Economiques

- Revalorisation des filières agroalimentaires françaises
- Reconnaissance par les consommateurs et leaders d'opinion de ses spécificités
- Meilleure attractivité de la filière permettant d'attirer les talents



Environnementaux

- Sensibilisation des consommateurs aux modes de production les plus responsables



Sociaux / Sociétaux

- Fierté retrouvée des acteurs de la filière
- Revalorisation des métiers grâce à une meilleure compréhension de la contribution de l'agroalimentaire aux différents enjeux

Actions



Incubation

2016

- Analyse des besoins de communication sur les différentes cibles
- Recensement des initiatives existantes
- Identification des outils les plus adaptés
- Identification des cibles prioritaires
- Implication d'experts sur le contenu et les messages à valoriser
- Identification des contributeurs sur les différents outils



Déploiement

2017

- Mise en œuvre opérationnelle du programme pédagogique
- Développement des différents outils de communication
- Déploiement des outils aux différentes cibles

Acteurs à impliquer

- Tous les acteurs de la filière : semenciers, agriculteurs, distributeurs, société civile
- Acteurs institutionnels (Ministères)
- Experts de la communication

→ Participation à la définition des vecteurs de communication les plus impactants et des contenus pédagogiques
→ Soutien et diffusion du programme