

*Quel Contrat de Lecture
pour la
Presse Agricole et Rurale
aujourd'hui et demain ?*

Les objectifs

- Identifier les attentes en matière d'information ;
- Évaluer les réponses médias ;
- Définir leurs territoires ;
- Déterminer les changements à introduire dans les publications ;

4 FOCUS GROUP DE 3H30

- Villes : Amiens, Le Mans, Lyon, Toulouse.
- Sexe : 5 femmes, 30 hommes.
- Activités : 28 agriculteurs, 5 double actifs, 2 ruraux non exploitants.
- Spécialités : bovins lait et viande, volaille, céréales, betterave, maraîchage, viticulture, polyculture.

Les attentes en matière d'information

Congrès S.N.P.A.R. La Rochelle 27 juin 2002



SEPREM
ETUDES

1) Les attentes en matière d'information

-I- L'INFORMATION POUR AGIR

1) La réglementation :

- *Les textes.*
- *Les déclinaisons locales.*
- *Le décodage.*

2) Les cours :

- *Les chiffres pour savoir et agir.*
- *Les analyses pour anticiper.*

1) Les attentes en matière d'information

-II- L'INFORMATION POUR ANTICIPER

1) Les expériences des autres :

- *Une proximité de métier et de contexte.*
- *Une approche globale prenant en compte le producteur, les productions, les techniques et les marchés.*
- *Des données pour se comparer.*

1) Les attentes en matière d'information

-II- L'INFORMATION POUR ANTICIPER

2) Les techniques :

- *Vulgarisation et exemples.*
- *Mise en perspective dans l'environnement de l'exploitation.*
- *Pour préparer la décision avec le technicien.*

-II- L'INFORMATION POUR ANTICIPER

3) L'évolution du monde agricole

- Une ouverture vers le moyen terme.***
- Une ouverture vers l'Europe et le monde.***
- Une ouverture vers la société et la politique.***

1) Les attentes en matière d'information

-II- L'INFORMATION POUR ANTICIPER

4) Les matériels et les produits :

- *Une vraie curiosité/affinité déconnectée du besoin.*
- *De la vulgarisation pour préparer l'achat.*

1) Les attentes en matière d'information

-III- L'INFO POUR EXISTER ENSEMBLE

1) Défendre/promouvoir un mode de vie :

- *Comblé un déficit d'image vers la société.*
- *Se faire reconnaître des ruraux et rurbains.*
- *Vivre hors du métier les valeurs de la ruralité.*

2) S'informer sur le local et les loisirs :

- *Compléter/remplacer la PQR et la PHR.*
- *Trouver des implications communautaires.*

1) Les attentes en matière d'information

-IV- L'INFO POUR VIVRE LE QUOTIDIEN

1) Les organisations professionnelles

- *C'est la proximité qui fait l'utilité.*
- *Une ambiguïté émetteur/éditeur.*
- *La concurrence accentue la «langue de bois».*

2) La météo et le climat

- *Un besoin de précision et de moyen terme.*
- *Une attente de mise en perspective.*

1) Les attentes en matière d'information

-IV- L'INFO POUR VIVRE LE QUOTIDIEN

3) Le para-professionnel et la vie privée

- La santé et la sécurité.***
- Le patrimoine professionnel et privé.***
- L'environnement, sujet de société transversal.***

Les réponses aux attentes d'information

Congrès S.N.P.A.R. La Rochelle 27 juin 2002

2) Les réponses aux attentes

-I- LA SATISFACTION DES ATTENTES

1) Aucun trop-plein d'information

- *« Rester dans la course ».*
- *Le temps, la compétition, l'argent.*
- *Solitude et incompréhension à tous niveaux.*

2) Les réponses aux attentes

-I- LA SATISFACTION DES ATTENTES

2) Encore plus de « valeur d'usage »

- L'efficacité passe par plus de rapidité.***
- L'efficacité passe par plus de recul.***
- L'efficacité passe par l'info à 2 ou 3 niveaux.***
- L'efficacité passe par les exemples proches.***
- L'efficacité passe par la mise en perspective.***

-II- LES RÉPONSES MÉDIAS

1) La presse agricole et rurale

- *La plus proche des problèmes de l'exploitant.*
- *La seule qui propose des réponses locales.*
- *La seule qui conjugue multi-activité et local.*
- *Le complément « terrain » du titre spécialisé.*
- *Insuffisante sur l'analyse et l'anticipation.*
- *Peu crédible sur l'information syndicale.*
- *Réponse faible aux attentes communautaires et personnelles.*

2) Les réponses aux attentes

-II- LES RÉPONSES MÉDIAS

2) Les « nationaux généralistes »

- De la vulgarisation de bon niveau.***
- La qualité et l'esprit des magazines gd public.***
- Un trop grand éloignement de la spécialité.***
- Aucune prise en compte du contexte local.***

2) Les réponses aux attentes

-II- LES RÉPONSES MÉDIAS

3) Les publications spécialisées

- *La meilleure réponse pour savoir avant d'agir.*
- *Indispensable pour les spécialisés.*
- *Incontournable pour « les gros ».*

- *Non opérationnel pour les multi-spécialistes.*
- *Inadapté pour les petites exploitations.*
- *Prééminence des techniques et des marchés sur les hommes et les contextes de travail.*

2) Les réponses aux attentes

-II- LES RÉPONSES MÉDIAS

4) Les médias non agricoles

- PQN, news, presse éco. : pour comprendre les politiques économiques et les marchés.
- PQR, PHR : pour croiser l'info syndicale, mais plus pour l'info agricole et «communautaire».
- Internet : pour l'info en temps réel, mais sans affinité ni plaisir.

LES IMAGES DES MÉDIAS AGRICOLES

Congrès S.N.P.A.R. La Rochelle 27 juin 2002

3) Les images des médias agricoles

-I- A PARTIR DE QUALIFICATIFS

1) La presse agricole et rurale

- **Positif** : « pratique », « concret », « proche », « terrain », « Indispensable », « fédérateur », « sans équivalent », « enraciné », « traditions », « appartenance », « ruralité », « P.A. » ...
- **Négatif** : « partisan », « mal mis en page », « mal écrit », « indigeste », « manque de couleurs », « mal nécessaire » ...

3) Les images des médias agricoles

-I- A PARTIR DE QUALIFICATIFS

1) Les médias nationaux généralistes

- **Positif** : « synthétique », « magazine », « ouvert », « diversifié », « national », « culture générale », « pour glaner », « pour scanner », « politique » (au sens politique agricole) ...

- **Négatif** : « racoleur », « sens du poil », « loin », « trop de pub et trop pub », « trop synthétique », « non ciblé », « pour les autres » ...

3) Les images des médias agricoles

-I- A PARTIR DE QUALIFICATIFS

1) Les médias nationaux spécialisés

- **Positif** : « technique », « pratique », « précis », « ciblé », « rapide », « professionnel », « pour se comparer », « pubs informatives », « rien ne nous oblige à nous y abonner »...

- **Négatif** : « théorique », « expérimental », « non transposable », « du côté des gros », « pour les spécialisés », « pas pédagogique », « manque d'anticipation », « commercial »

-II- EN « PORTRAITS CHINOIS »

1) La presse agricole et rurale

- Si c'était un outil ... « charrue », « pioche »,
« pince universelle », « carnet de plaines »,
« pince universelle ».

- Si c'était une personnalité ... J-P. Pernaud,
J-P. Coffe, journaliste FR3 Région, localier
PQR, Patriat,

3) Les images des médias agricoles

-II- EN « PORTRAITS CHINOIS »

2) Les « nationaux généralistes »

- Si c'était un outil : « ce n'est pas un outil », « un tracteur de base », « un moteur », « une fourchette » ...

- Si c'était une personnalité : PPDA, Lacombe, G. Depardieu, P. Bonte ...

3) Les images des médias agricoles

-II- EN « PORTRAITS CHINOIS »

3) Les médias spécialisés

- **Si c'était un** : « une sous-soleuse (on peut s'en passer) », « un ordinateur portable », « un tracteur Jaguar », « la Bible », « un tournevis de précision », « un enfonce pieux » ...

- **Si c'était une personnalité** : « le Ministre », E.Chain, J-L. Delarue, Fogiel, R. Couderc Navarro, F. de Closet, P. de Carolis ...

3) Les images des médias agricoles

-III- EN PROJECTIF (portrait rédaction)

1) La presse agricole et rurale

« Des hommes, issus du terrain, passionnés »;

« De l'empathie, ils passent bien »;

« Des vieux locaux, un ordinateur pour tous »;

« Des fonctionnaires, peu de dynamisme et de convictions, aidés par des techniciens ».

3) Les images des médias agricoles

-III- EN PROJECTIF (portrait rédaction)

2) Les « nationaux généralistes »

« Avant tout des journalistes, 45 ans mixte »;

« Un grand groupe dans une tour »;

« Une Nomenklatura de spécialistes et de techniciens, puissants et modernes »;

3) Les images des médias agricoles

-III- EN PROJECTIF (portrait rédaction)

3) Les médias spécialisés

« Des techniciens pointus qui vont sur le terrain et savent écrire, très proches de nous pour le travail »;

« Des ingénieurs et chercheurs ambitieux, dans la trentaine »;

« Des boutiques autonomes au sein d'un grand groupe »;

« Des ordinateurs portables et Internet ».

3) Les images des médias agricoles

-IV- EN ANGLAIS : AGRI. RAISONNÉE

1) La presse agricole et rurale :

- *Apprentissage à partir d'expériences locales et contacts pour aller plus loin.*

2) Les « nationaux généralistes » :

- *Rubrique ou dossier, plus théorique avec un angle commercial (label raisonné Vs bio).*

3) Les publications spécialisées

- *Dossier très technique et sujets réguliers.*

3) Les images des médias agricoles

-IV- EN ANGLAIS : PLANS DE CHASSE

- 1) *La presse agricole et rurale :***
 - *Local, angle agriculture et traditions.*
- 2) *Les « nationaux généralistes » :***
 - *Culture générale, magazine, productivité.*
- 3) *Les publications spécialisées :***
 - *Sujet non traitable, sauf menace sur la production.*

3) Les images des médias agricoles

-IV- EN ANGLAIS : TOURISME RURAL

- 1) *La presse agricole et rurale :*
 - *Expériences locales et contacts.*
- 2) *Les « nationaux généralistes » :*
 - *Culture générale, rentabilité et aides.*
- 3) *Les publications spécialisées :*
 - *La spécialisation exclue la diversification.*

3) Les images des médias agricoles

-IV- EN ANGLES : TRANSMISSION

1) La presse agricole et rurale :

- *Contexte, prix et contacts locaux complétés par les textes et conseils généraux.*

2) Les « nationaux généralistes » :

- *Juridique et fiscal, national plus que local.*

3) Les publications spécialisées :

- *L'approche « production spécialisée » exclue la cession comme la réorientation.*

3) Les images des médias agricoles

-IV- EN ANGLAIS : PAYS ETRANGER

- 1) *La presse agricole et rurale :***
 - *Proximité de contexte et angle « vécu ».*
- 2) *Les « nationaux généralistes » :***
 - *Culture générale économique et magazine.*
- 3) *Les publications spécialisées :***
 - *Priorité aux techniques, aux marchés et aux grosses exploitations spécialisées.*

3) Les images des médias agricoles

LES IMAGES DES MÉDIAS EN RÉSUMÉ

1) La presse agricole et rurale :

- *Irremplaçable par la proximité (géographique, humaine, contexte global).*
- *Crédible sur la technique, mais manquant d'analyse opérationnelle.*
- *Vieillissante, fonctionnarisée et politisée.*
- *Dépassée et peu efficace sur la forme et « la forme du fond ».*

3) Les images des médias agricoles

LES IMAGES DES MÉDIAS EN RÉSUMÉ

2) Les « nationaux généralistes »:

- *Des « news magazines », gratifiants par leur fond/forme, vulgarisateurs et distractifs.*
- *Une image trop « lisse » sans aspérité ni engagement.*
- *L'agriculture privilégiée sur l'agriculteur.*
- *Un éloignement des contextes qui nuit à la valeur d'usage.*
- *Des médias au service des annonceurs.*

3) Les images des médias agricoles

LES IMAGES DES MÉDIAS EN RÉSUMÉ

3) Les publications spécialisées :

- *Des références scientifiques et techniques tournées vers demain.*
- *Une image de crédibilité et d'indépendance sur les techniques et les marchés.*
- *Le complément du média local généraliste.*
- *Des outils pour savoir mais pas pour agir.*
- *Des concepts qui marginalisent la proximité et excluent la prise en compte du contexte.*



LA PUBLICATION AGRICOLE ET RURALE DEMAIN

Congrès S.N.P.A.R. La Rochelle 27 juin 2002



4) La publication agricole et rurale demain

1) *Positionnement et cible :*

- *Le média qui fédère tous ceux qui vivent de l'agriculture : exploitants, bi-actifs, conjoints, décideurs politiques et économiques, certains ruraux impliqués.*
- *Le système de production comme zone de diffusion ou d'intérêt rédactionnel.*
- *Un concurrent direct du « national généraliste agricole ».*
- *Un substitut possible à la PQR/PHR.*

2) *Mix Marketing du produit :*

- Périodicité courte (infos chaudes, « budget temps », lien communautaire).
- Parution de fin de semaine (habitude, marchés, disponibilité).
- Pagination limitée (lecture rapide).
- Format archivable (A4 ou A3).
- Prix de l'exclusivité.
- Abonnement et « diffusion d'influence ».

3) Principes fond/forme :

- Du concret et proche vers le théorique et le lointain (temps, géographie, technique, taille d'exploitation, marché).
- Des traitements rédactionnels à 3 niveaux : lecture rapide (editing), faits séparés des opinions, compléments documentaires.
- Des traitements visuels modernes et opérationnels : couleurs, « images utiles ».

4) Contenu rédactionnel :

- La Une : du local pur ou les implications locales d'une actu nationale/internationale.
- L'éditorial : « donner du sens » ou défendre et illustrer une « communauté de destin » (arguments).
- Le classement des infos : classement par zones à l'intérieur des centres d'intérêt.
- L'actualité syndicale : isoler le « politique » ou/et le mettre en perspective.

4) La publication agricole et rurale demain

4) Contenu rédactionnel (suite) :

- Cours et marchés : visuellement détachés et enrichis d'analyses « local/global ».
- Dossiers : courts, entrée par le proche et le concret, compléments documentaires, archivable.
- P.A. : professionnel et privé, compléments information et conseil.
- Vie personnelle et communautaire : inséparable du métier, indispensable pour s'ouvrir à ceux qui partagent le territoire.

4) La publication agricole et rurale demain

5) *Suppléments, Spéciaux et HS :*

- *Dédiés à « ce qui rassemble » tous ceux qui se partagent un même territoire.*
- *Hypothèse 1 : le Cahier Ruralité (agenda, météo, P.A., famille/santé/cuisine, bricolage et déco maison, jardinage, fêtes, histoire et traditions ...)*
- *Hypothèse 2 : le N° HS (contenu proche mais diffusion autonome, gratuite ou Vente au N°)*
- *Hypothèse 3 : suppléments thématiques inclus dans l'abonnement.*

4) La publication agricole et rurale demain

7 AXES POUR DEMAIN :

-1-

*Remettre l'agriculteur
au centre de l'agriculture.*

-2-

*Faire du média un lieu et un lien pour tous
ceux qui vivent l'agriculture au quotidien.*

-3-

*Développer l'analyse en proposant un
regard global qui parte du local.*

4) La publication agricole et rurale demain

7 AXES POUR DEMAIN (suite) :

-4-

*Repenser la forme et « la forme du fond »
en travaillant l'editing et en séparant
l'information du commentaire.*

-5-

*Pallier à l'approche multisectionnelle
en offrant l'accès à des
compléments documentaires.*

4) La publication agricole et rurale demain

7 AXES POUR DEMAIN (fin) :

-6-

Donner plus de place à la sphère personnelle et familiale lorsqu'elle recoupe la sphère professionnelle.

-7-

Dynamiser la « marque média » au travers de N° Spéciaux, H.S. et événements intéressant les ruraux.