

# Résultats d'étude qualitative :

## Les attentes d'informations chez les jeunes agriculteurs

Avril 2011

## OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

- ❑ **Cerner les besoins et attentes d'informations des jeunes agriculteurs, notamment en matière d'information professionnelle.**  
**Cerner les incidences de l'essor des nouvelles technologies sur les pratiques.**
- ❑ **Cerner les attentes satisfaites et insatisfaites par « l'offre » presse actuelle, (payante, gratuite, physique ou électronique)**
- ❑ **Dégager des attentes à l'égard de la presse agricole en général, et des différentes familles de presse en particulier (presse nationale / presse régionale).**

# MÉTHODOLOGIE

## 3 REUNIONS DE GROUPES

animées selon les techniques de l'Étude de Motivations Créative,  
composées de 7 à 8 agriculteurs chacune.

**Groupe 1 :**

**JEUNES CEREALIERES**

réalisé à ORLEANS

le 24 mars 2011

**Groupe 2 :**

**JEUNES  
POLY-CULTEURS**

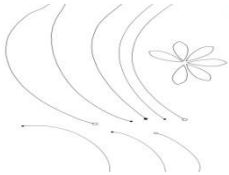
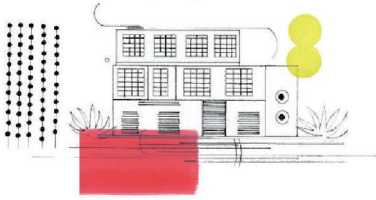
réalisé à CHALON SUR  
SAONE le 29 mars 2011

**Groupe 3 :**

**JEUNES ÉLEVEURS  
LAITIERS**

réalisé à RENNES  
le 8 avril 2011

Jeunes agriculteurs âgés de 26 à 39 ans.



## Conclusions et recommandations

❑ **Les jeunes agriculteurs privilégient les medias audiovisuels « faciles »** : la TV et la radio, supports qui ont des fonctions de distraction et ponctuellement d'information.

❑ **Les jeunes agriculteurs ont fortement développé l'usage d'Internet.**

Certes, son usage est très variable selon les profils d'agriculteurs, mais il peut être très important, et il est en croissance (cf. céréaliers).

**Pour les plus jeunes (20- 25 ans, appelés « digital natives »), Internet prend une place considérable, et devient le centre névralgique des activités quotidiennes, professionnelles ou personnelles. C'est un lieu de convergence et de fusion des autres medias... devenus gratuits.**

❑ **Une tendance à délaisser la presse grand public, au profit d'une information via les media audiovisuels ou Internet.**

**INTERNET a modifié en profondeur les modes d'accès à l'information, en s'accaparant des territoires d'informations hier dévolus au papier.**

Internet s'impose, et, dans certains cas, devient référent. La PQR tend à être délaissée.

❑ **Un attachement à la presse agricole professionnelle.**

**Les jeunes agriculteurs multiplient les sources d'information agricole** : presse régionale, généraliste, spécialisée. Ils apprécient cette presse qui remplit un grand nombre de fonctions.

**Certains céréaliers utilisent en priorité Internet** comme première source d'information agricole, **les autres donnent la primauté au papier.**

## ❑ Les jeunes agriculteurs expriment de **FORTES ATTENTES** à l'égard de la presse d'information agricole :

- **Dans un univers économique et financier incertain**, la presse doit donner des idées, des informations pour être réactif, pour anticiper et prévoir :  
informations pratiques, témoignages et exemples, idées pour réaliser des économies, tendances d'évolution nationale et internationale, informations techniques...
- **Face à l'envahissement des tâches administratives**, la presse a une valeur de service forte : alertes juridiques, démarches, calendriers, conseils, organisation efficace
- **Face à l'enjeu environnemental**, la presse doit inciter à rester vigilant /contraintes
- **Le mode de vie évolue** : les agriculteurs se veulent "ouverts" avec un droit à la détente.

## ❑ Les jeunes agriculteurs sont **SENSIBLES À LA "FORME"** (maquette, iconographie...)

- Ils attendent **une presse "actuelle"**, qui donne une **image moderne** de l'agriculteur.
- Ils adoptent des **comportements de lecture "efficaces"** et sont en attente de modes de traitement qui facilitent l'accès à l'information : titres explicites, chapô, photos attractives, encadrés, résumés, points forts et faibles...
- Ils sont sensibles à une **information morcelée**, avec de multiples entrées, et un approfondissement progressif (sur le modèle d'Internet).
- La **presse spécialisée est celle qui répond le mieux à ces attentes**, avec une information technique pointue et information générale sur la filière
- La **presse locale accuse un retard, avec de fortes attentes de "mise à niveau"**.

❑ **Les jeunes agriculteurs veulent "se retrouver" dans la presse professionnelle. Ils sont en attente de "PARTAGE D'EXPERIENCE", de proximité.**

- Ils se montrent défiants à l'égard des **discours idéologiques et commerciaux** (publi-reportages).
- Ils apprécient les **approches concrètes, basées sur l'expérience, le témoignage, l'expérimentation** d'autres agriculteurs.
- Ils veulent pouvoir **se situer / aux autres**.
- Ils **apprécient les échanges entre agriculteurs...** et pourraient se montrer réceptifs à une approche communautaire permettant de démultiplier les échanges.

❑ **Les jeunes agriculteurs sont en attente de plus de REACTIVITE.**

- Ils sont **en attente d'informations sans cesse actualisées**.
- Ils se tournent volontiers vers **Internet** pour ce type d'informations.
- D'où **l'attente de services réactifs complémentaires** papier-Internet :  
Cours, météo, informations légales, alertes, manifestations locales,  
... et **d'articles plus développés** via par exemple des vidéo reportages, de l'infographie...
- Le **fossé générationnel** est plus marqué avec les plus jeunes (génération Y ou "digital natives" âgés de 20 à 29 ans) qui pourraient **donner la priorité à l'information sur Internet**, et aux réseaux relationnels, sources essentielles d'influence.