

# Etude sur les besoins en matière d'information professionnelle et spécialisée

## Focus Actifs secteur agricole

Étude réalisée par



pour



9 juin 2022

Contacts BVA :

**Odile PEIXOTO**

Directrice

[odile.peixoto@bva-group.com](mailto:odile.peixoto@bva-group.com)

01 71 16 90 81

**Vanessa FERREIRA**

Directeur de clientèle

[vanessa.ferreira@bva-group.com](mailto:vanessa.ferreira@bva-group.com)

01 71 16 88 54

Contact SNPAR :

**Benoît HURAUULT**

[bhurault@fnps.fr](mailto:bhurault@fnps.fr)

01 44 90 43 60

# Contexte et objectifs de l'étude

La FNPS et le SNPAP ont souhaité aider la presse professionnelle d'information à développer des supports, des contenus, des technologies en adéquation avec les besoins et attentes des professionnels.

Pour ce faire, ils ont décidé de mener une étude.



L'étude vise à appréhender comment les professionnels s'informent dans le cadre de leur métier : les informations sur leur métier, leur secteur d'activité, les problématiques qui les intéressent.

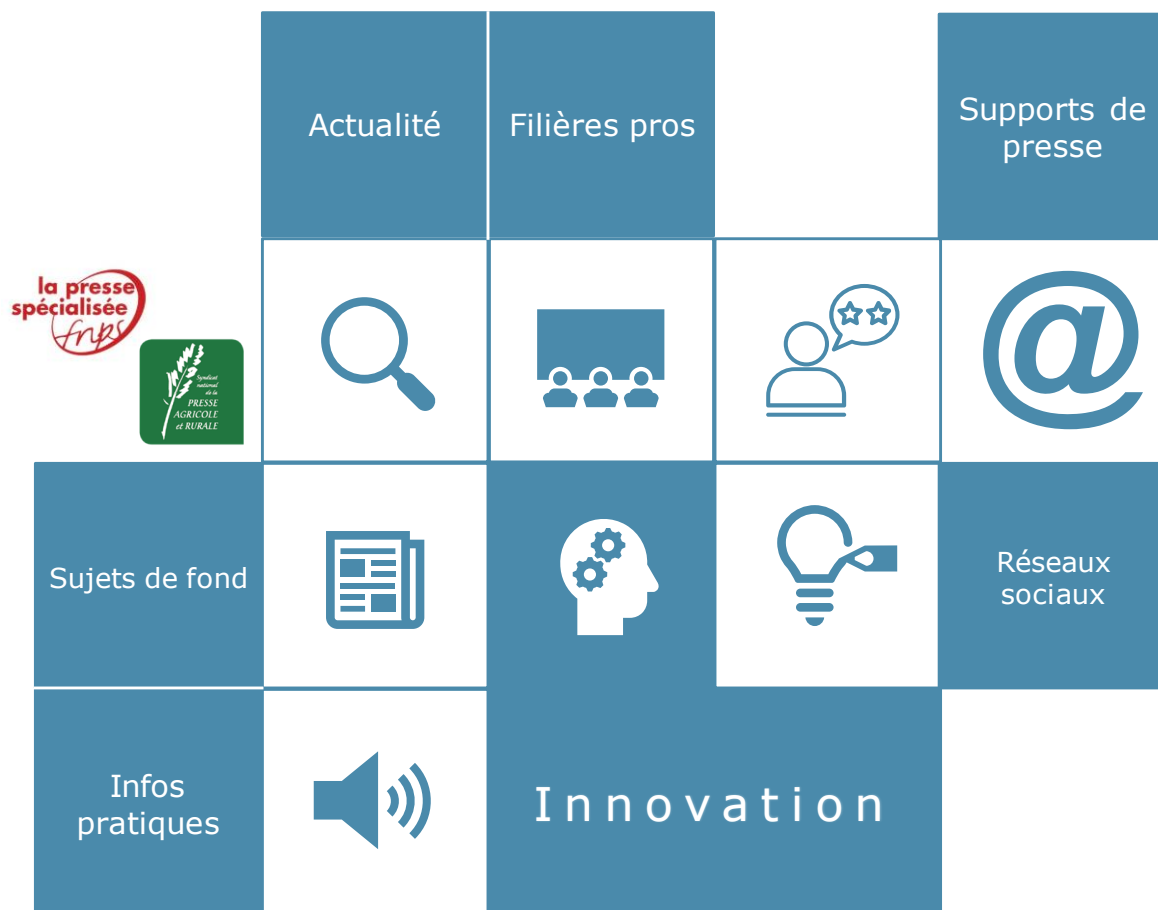
Plus précisément, il s'agit notamment d'évaluer, notamment dans le contexte post-crise sanitaire ce qui a été modifié en termes d'habitudes de travail et de modes d'information professionnelle :

- Les contenus consultés et les attentes à ce niveau
- Les formats consultés et les évolutions à ce niveau
- Les supports consultés et les attentes à ce niveau

L'étude permet une lecture fiable des résultats sur les jeunes générations afin de donner une dimension prospective à l'étude.

# Contexte et objectifs de l'étude

La vision des professionnels de leurs besoins d'information dans le cadre de leur métier (les infos métier, sur leur secteur d'activité, sur les différentes problématiques auxquelles ils sont confrontés ou les différents sujets susceptibles de les intéresser dans le cadre de leur fonction).



## Les besoins & attentes en matière d'information professionnelle, dans le contexte post COVID

- Une étude nationale visant à évaluer les **besoins & attentes en matière d'information en termes de contenus, de formes, de supports...**
- ...auprès des **professionnels** :
  - des différentes filières professionnelles ciblées par les 7 syndicats
  - des différentes tranches d'âge (avec notamment un focus sur les jeunes professionnels afin que les enseignements de l'étude aient une portée prospective)
- Dans un **contexte ayant profondément modifié les habitudes de travail** (télétravail, développement de nombreuses activités professionnelles en ligne dont l'information et la formation)

# Fiche méthodologique

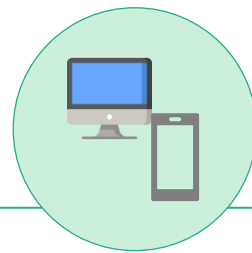


## CIBLE

**115 actifs travaillant dans le secteur de l'agriculture**

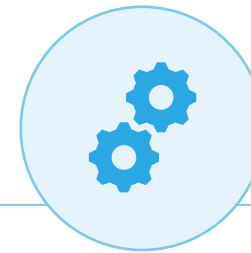
Dont 98 lecteurs de la presse professionnelle, et plus précisément 34 lecteurs réguliers.

**Issus d'un échantillon national représentatif de 4000 actifs.**



## MODE DE RECUEIL et DATE DE TERRAIN

Enquête réalisée par **internet** du 22 septembre au 18 octobre 2021.



## TRAITEMENT STATISTIQUE

La représentativité de l'échantillon national d'actifs est assurée par la **méthode des quotas**, appliquées aux variables suivantes :

- **Sexe**
- **Âge**
- **Région**

Données de calage utilisées :  
INSEE- RGP 2017

# Présentation des résultats et clés de lecture

## Cibles et résultats globaux

Les résultats ont été triés sur :

**Actifs secteur agricole**

**115 répondants  
(3% des actifs)**

**Actifs secteur agri**  
Lecteurs réguliers  
de presse pro

**34 répondants  
(30% des actifs secteur agri)**

**Actifs**  
Lecteurs réguliers  
de presse pro



**946 répondants  
(23% des actifs)**

*Rappel de la question sur l'utilisation de la presse d'information professionnelle*

**Q3. Pour votre information professionnelle, quelles sources d'information utilisez-vous ?**

➤ **c) La presse d'information professionnelle (papier et/ou en ligne)**

1. Régulièrement
2. Occasionnellement
3. Rarement
4. Jamais

- **Actifs du secteur agricole** : Ensemble des répondants exerçant dans le secteur agricole ayant répondu au questionnaire
- **Lecteurs réguliers de presse professionnelle** : Actifs du secteur agricole qui utilisent régulièrement (Q3c=1) la presse d'information professionnelle: 71% des lecteurs réguliers sont des lecteurs hebdomadaires et 29% s'informe moins souvent (résultat issu de la Q6)
- **Actifs lecteurs réguliers de presse pro** : Les actifs (CSP + et professions intermédiaires) qui utilisent régulièrement (Q3c=1) la presse d'information professionnelle

Les bases sont affichées en effectifs bruts et les % sont arrondis.

La mention ST correspond à l'addition des modalités « tout à fait » et « plutôt ». Par exemple : % ST D'accord = % Tout à fait d'accord + % Plutôt d'accord.

## Différences entre les cibles

Les différences significatives de résultats sont indiquées de la manière suivante (seuil à 95%) :

- Pour les **actifs secteur agricole lecteurs réguliers de presse pro/NON lecteurs de presse pro** :



Signifie que le résultat de cette sous-population est statistiquement supérieur/inférieur à celui du **reste des répondants exerçant dans le secteur agricole**



Signifie que le résultat de cette sous-population est statistiquement supérieur/inférieur à celui des **actifs lecteurs réguliers de presse pro**

# Présentation des résultats et clés de lecture (2/2)

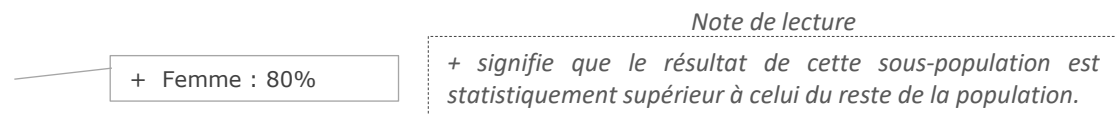
## Critères d'analyse spécifiques Sur l'Ensemble

Le test du chi2 est utilisé pour les pourcentages et le test de Student pour les moyennes.

Les différences significatives positives de résultats sont indiquées de la manière suivante lorsqu'il existe un écart significatif de ce résultat par rapport au reste de la population (sur l'ensemble, seuil à 95%) :

- Sexe : Homme, Femme
- Âge : Moins de 35 ans, 35-49 ans, 50 ans et plus
- Catégorie d'agglomération : Rural/petite ville, Moyenne/grande ville, Agglomération parisienne

Les différences statistiquement significatives à 95% sont alors indiquées ainsi :



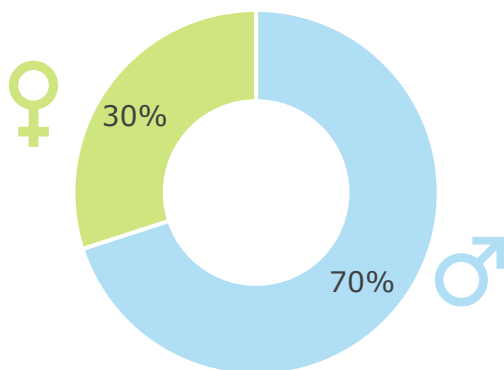
# PROFIL DES RÉPONDANTS



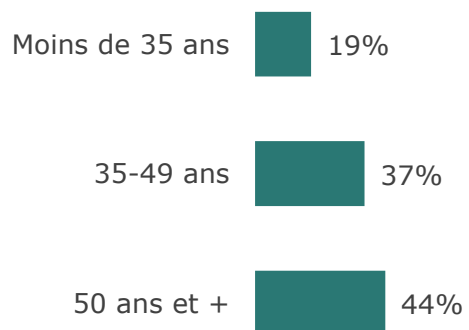
Bva

# Profil des Actifs du secteur agricole Base : 115

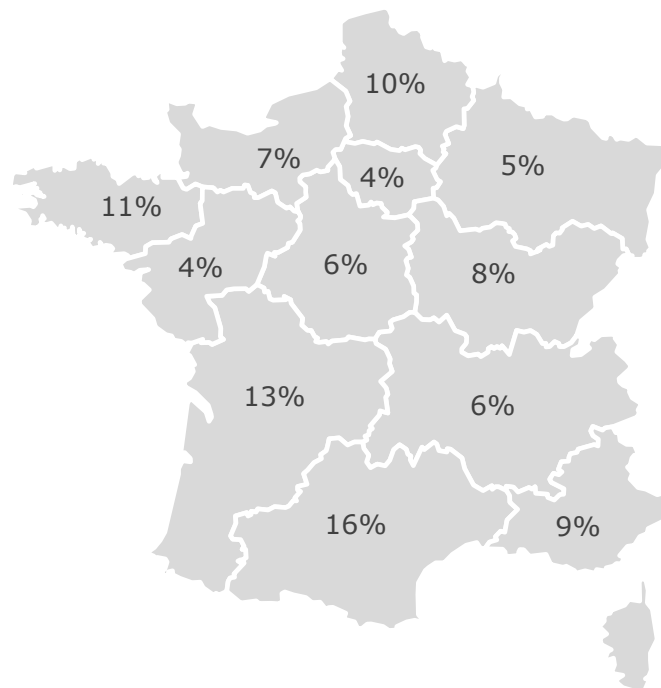
Sexe



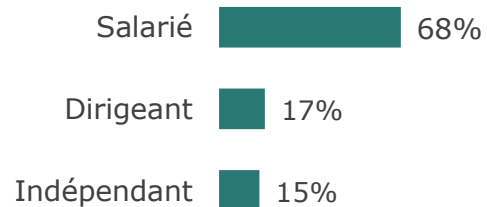
Âge



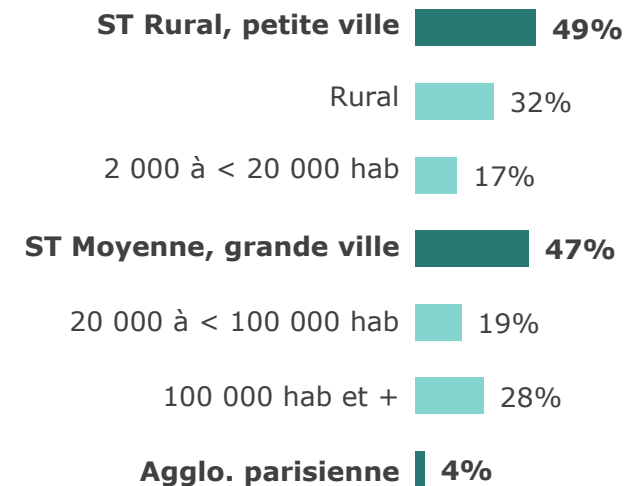
Région



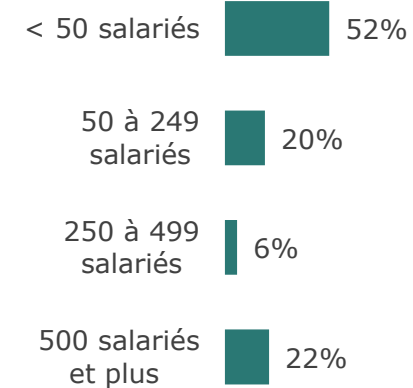
Statut



Catégorie d'agglomération



Taille de l'entreprise

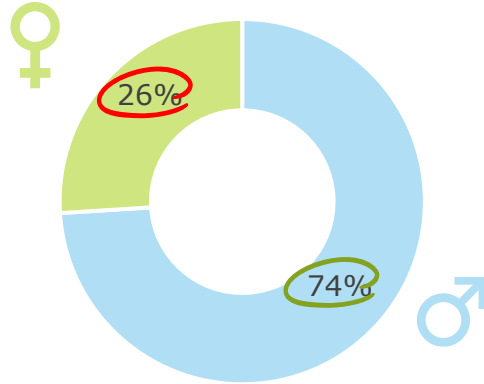




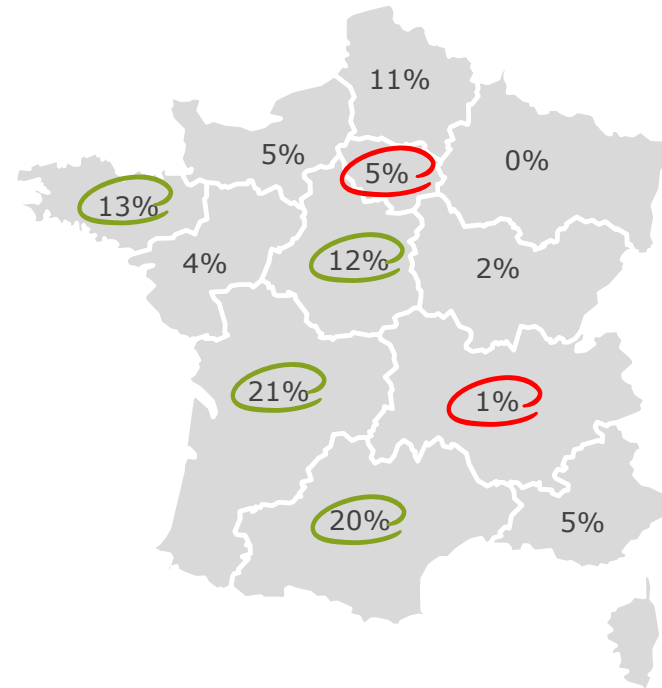
# Profil des répondants exerçant le secteur agricole lecteurs réguliers de presse professionnelle

Base : 34

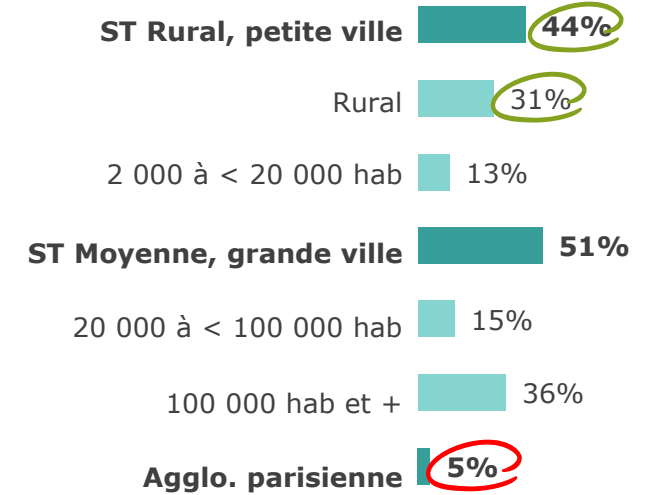
Sexe



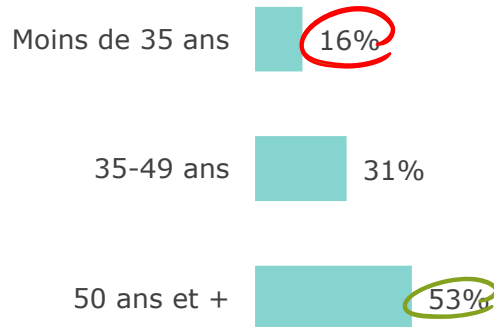
Région



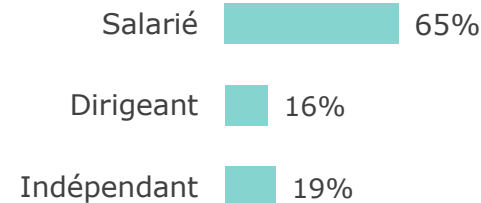
Catégorie d'agglomération



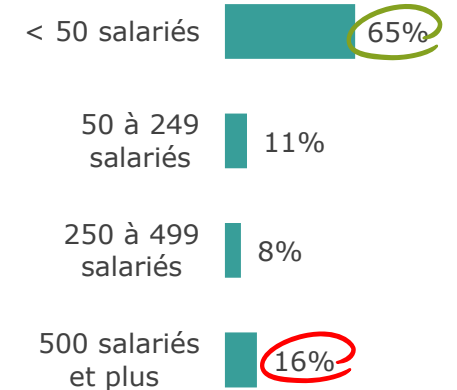
Âge



Statut



Taille de l'entreprise



Signifie que le résultat de cette sous-population est statistiquement supérieur/inférieur à celui des **actifs lecteurs réguliers de presse pro**

1

# PRATIQUES GÉNÉRALES EN TERMES D'INFORMATION PROFESSIONNELLE



Bva

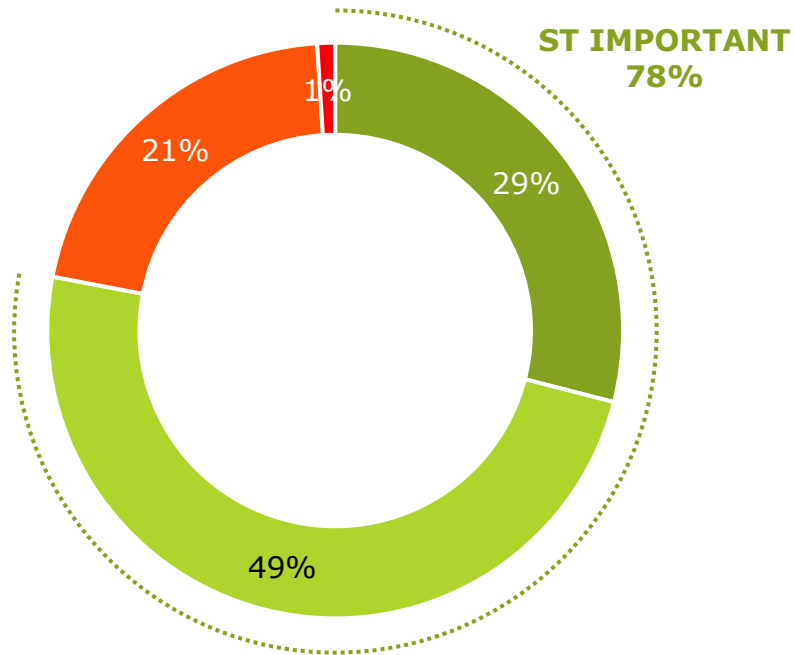
# L'information occupe une place primordiale pour bien exercer son métier, et encore plus selon les lecteurs réguliers

Q10. Selon vous, dans quelle mesure est-ce important de vous informer sur le plan professionnel pour faire votre métier ?

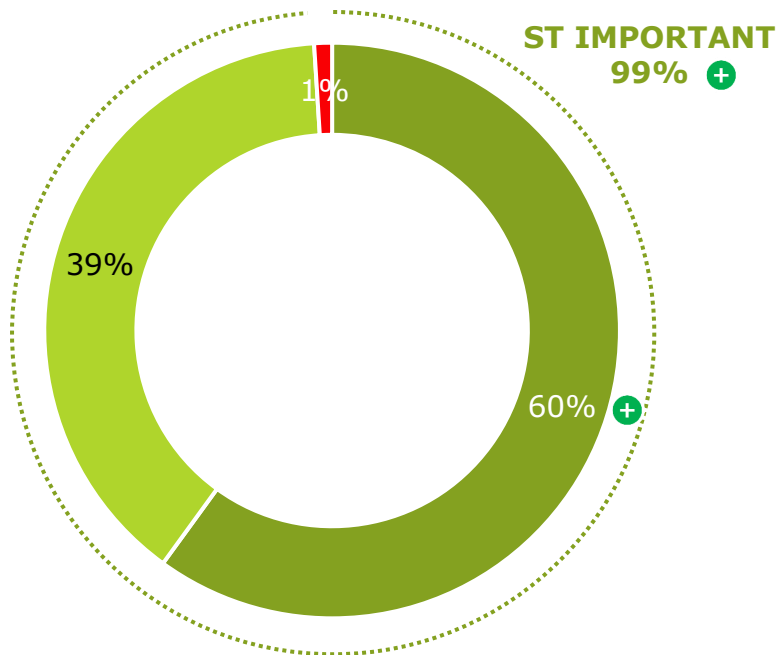
Base : A tous (115), Aux lecteurs de presse professionnelle (34), Aux actifs lecteurs réguliers de presse pro (946)

- Très important
- Assez important
- Peu important
- Pas du tout important

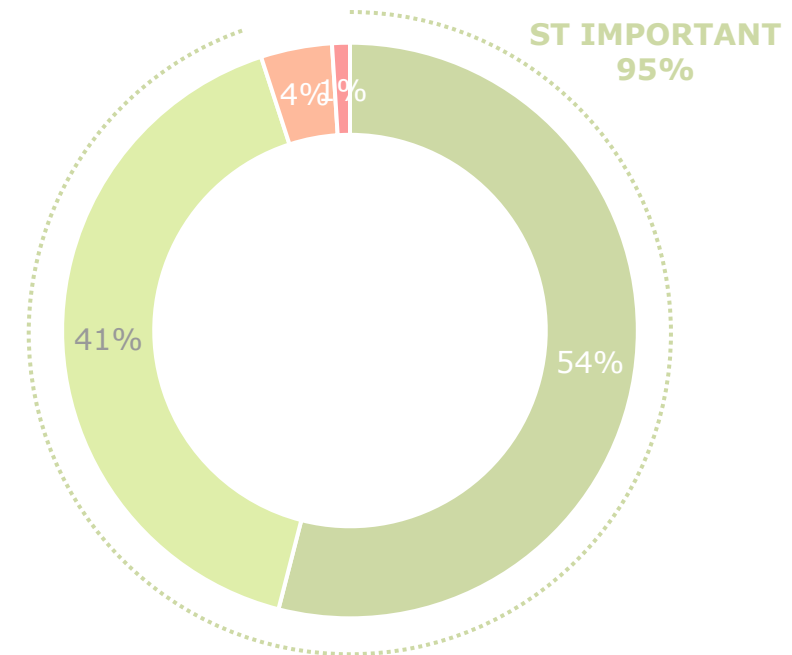
Actifs secteur agricole



Actifs secteur agri.  
Lecteurs réguliers  
de presse pro



Actifs  
Lecteurs réguliers  
de presse pro



# La presse professionnelle largement utilisée par les professionnels du secteur agricole, mais moins que les échanges avec les collègues ou les supports internes et au même niveau que les informations délivrées par les fournisseurs.

Q3. Pour votre information professionnelle, quelles sources d'information utilisez-vous ?

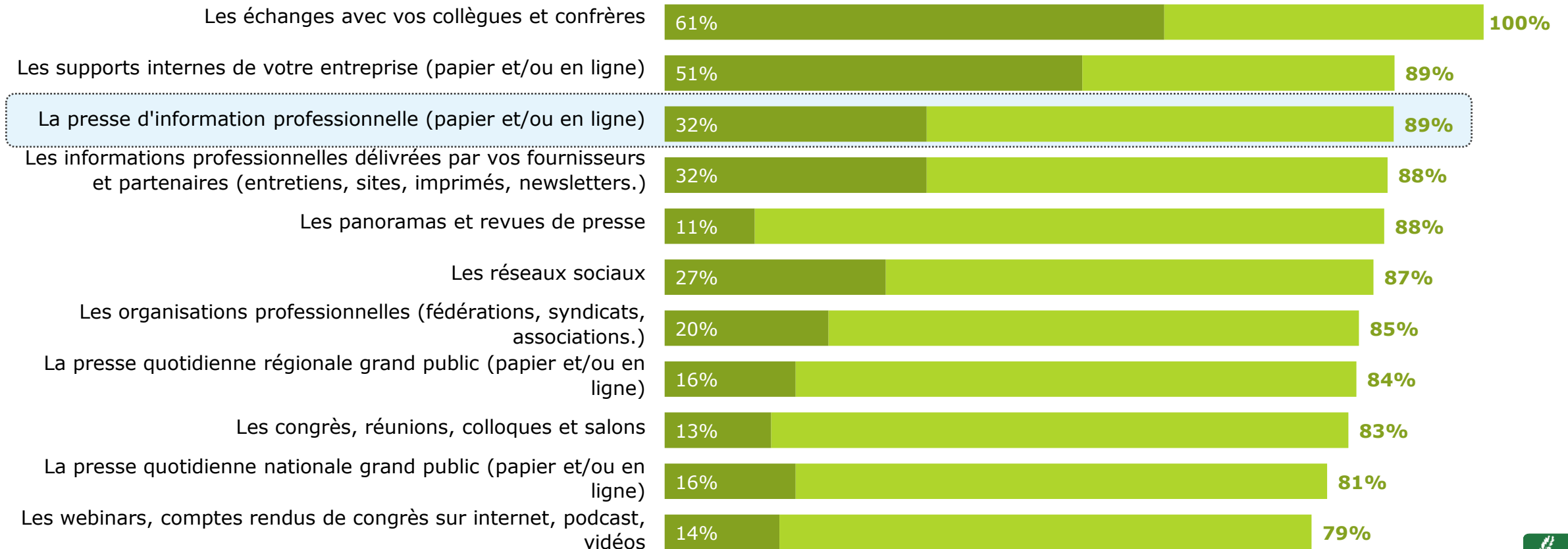
Question à réponse unique | % ST régulièrement/occasionnellement | Base : A tous (115 Actifs secteur agricole)

■ Régulièrement

■ Occasionnellement + Rarement

**ST UTILISE**

Actifs secteur agricole



# Principales sources d'information professionnelle

## Détails des profils

Q3. Pour votre information professionnelle, quelles sources d'information utilisez-vous ?

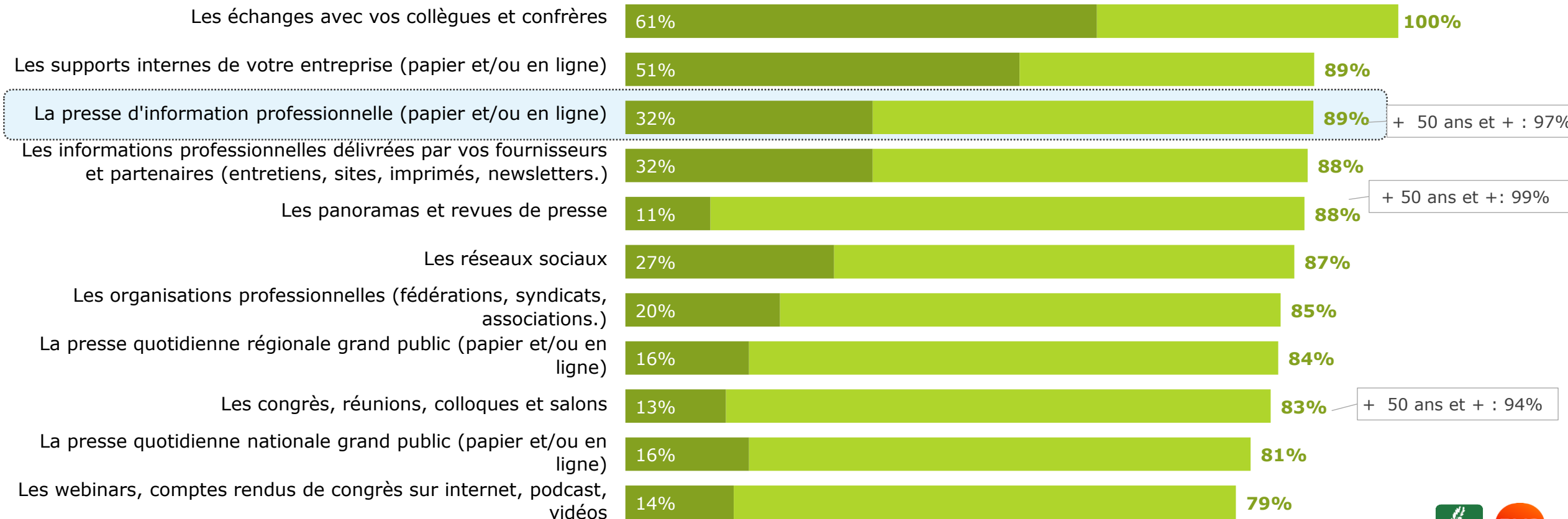
Question à réponse unique | % ST régulièrement/occasionnellement | Base : A tous (115 Actifs secteur agricole)

■ Régulièrement

■ Occasionnellement + Rarement

ST UTILISE

Actifs secteur agricole



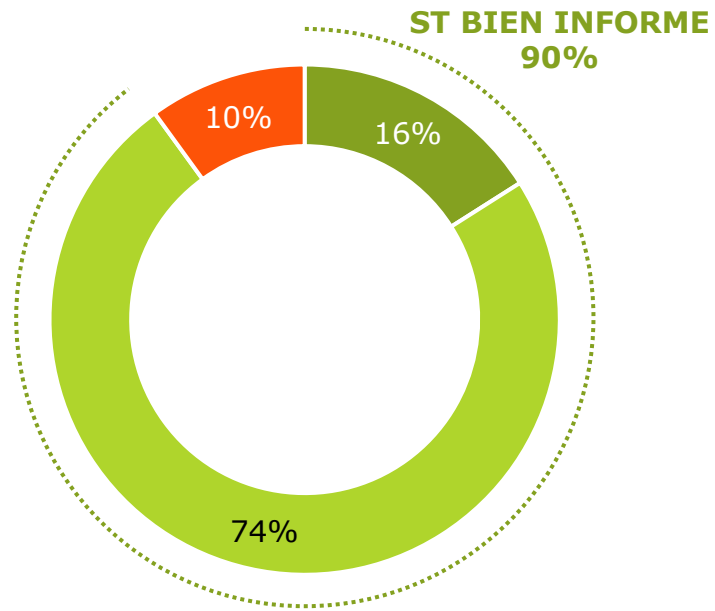
# Un sentiment d'être bien informé qui prédomine, et d'autant plus chez ceux qui lisent la presse professionnelle régulièrement en tendance

Q1. Globalement, avez-vous le sentiment d'être très bien informé, plutôt bien, plutôt mal ou très mal informé sur votre univers professionnel ?

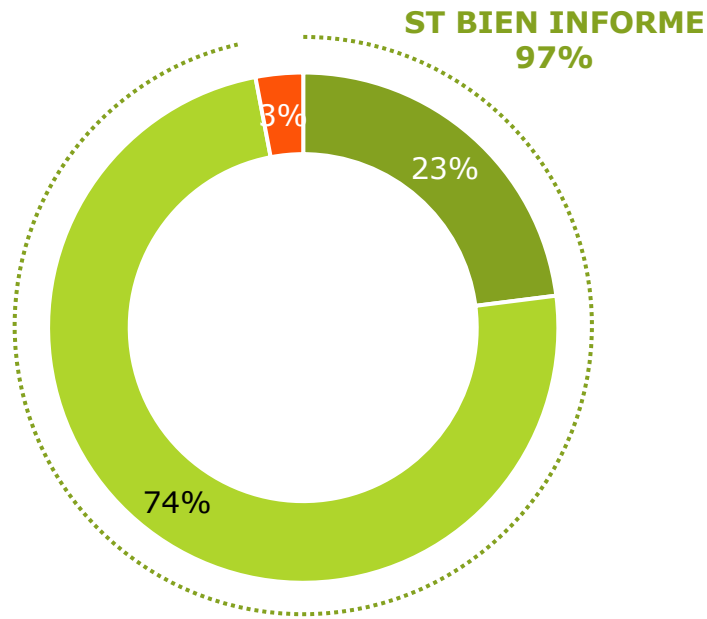
Base : A tous (115), lecteurs réguliers de presse professionnelle (34), Actifs lecteurs réguliers de presse pro (946)

- Très bien informé
- Plutôt bien informé
- Plutôt mal informé
- Très mal informé

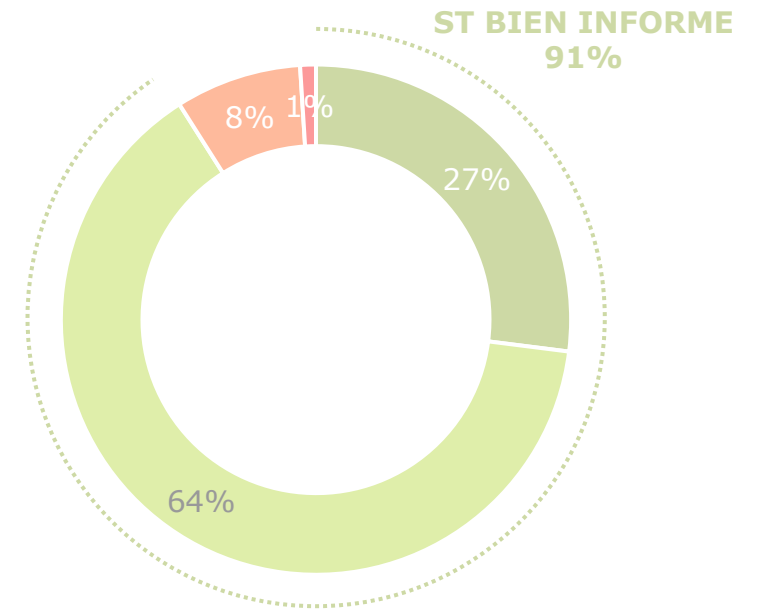
Actifs secteur agricole



Actifs secteur agri.  
Lecteurs réguliers  
de presse pro



Actifs  
Lecteurs réguliers  
de presse pro

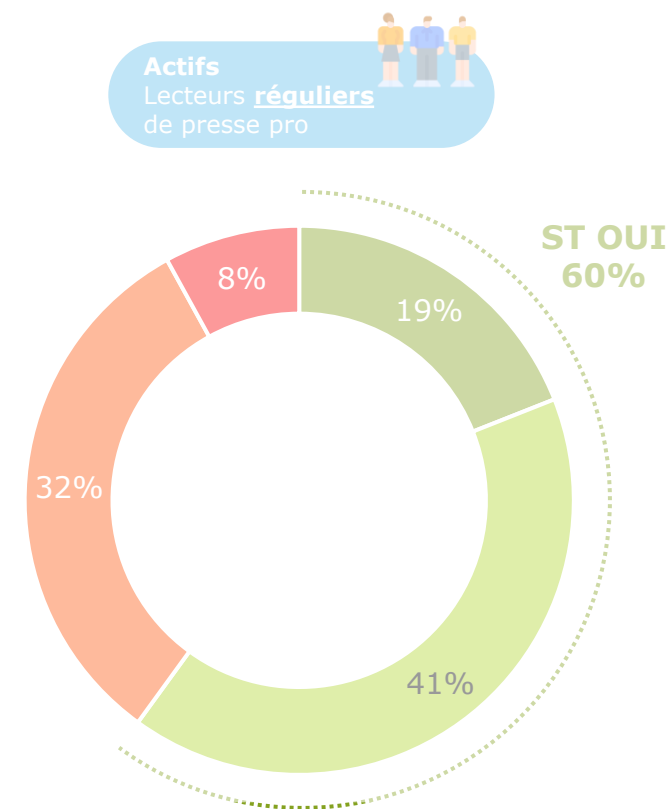
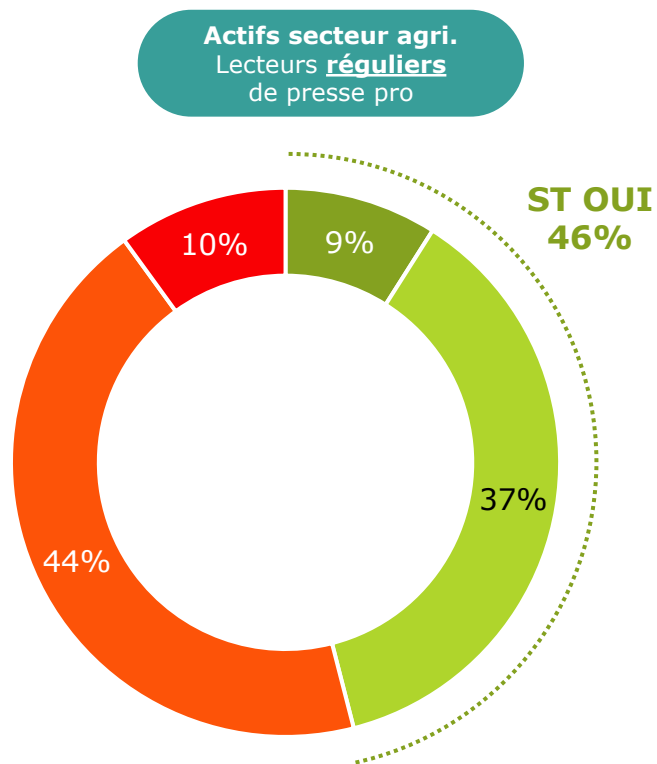
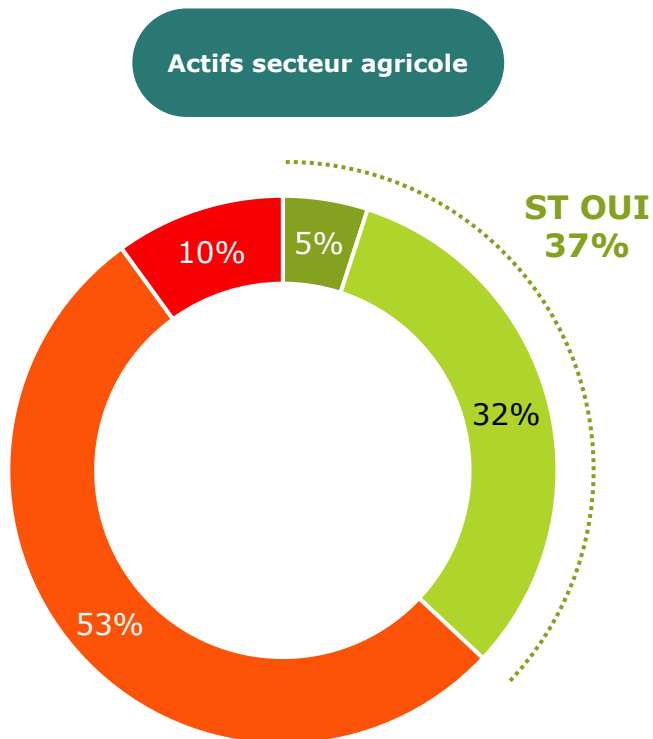


# Un impact plutôt limité de la crise sanitaire sur les manières de s'informer, même si près de la moitié des lecteurs réguliers ont adapté leur pratique

Q2. Diriez-vous que la crise sanitaire que nous traversons a modifié vos façons de vous informer sur votre univers professionnel ?

Base : A tous (115), lecteurs réguliers de presse professionnelle (34), Actifs lecteurs réguliers de presse pro (946)

- Oui, beaucoup
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout

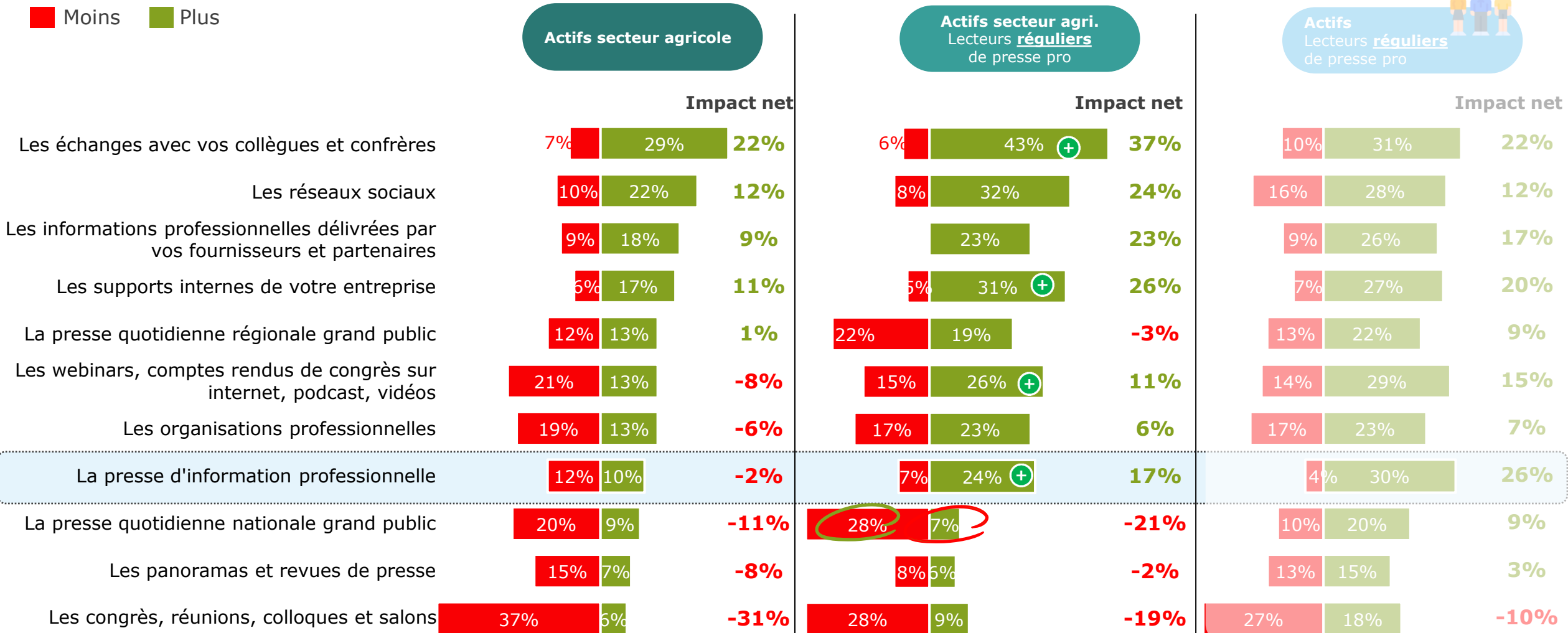


# Faible impact de la pandémie, certaines sources davantage utilisées (échanges avec les collègues, réseaux sociaux, supports internes et informations délivrées par les fournisseurs) notamment chez les lecteurs réguliers. Pour la presse professionnelle, un impact positif uniquement auprès des lecteurs réguliers

Q4. En comparaison à avant la crise sanitaire, utilisez-vous ces sources d'information...

Base : A tous (115), lecteurs réguliers de presse professionnelle (34), Actifs lecteurs réguliers de presse pro (946)

■ Moins ■ Plus

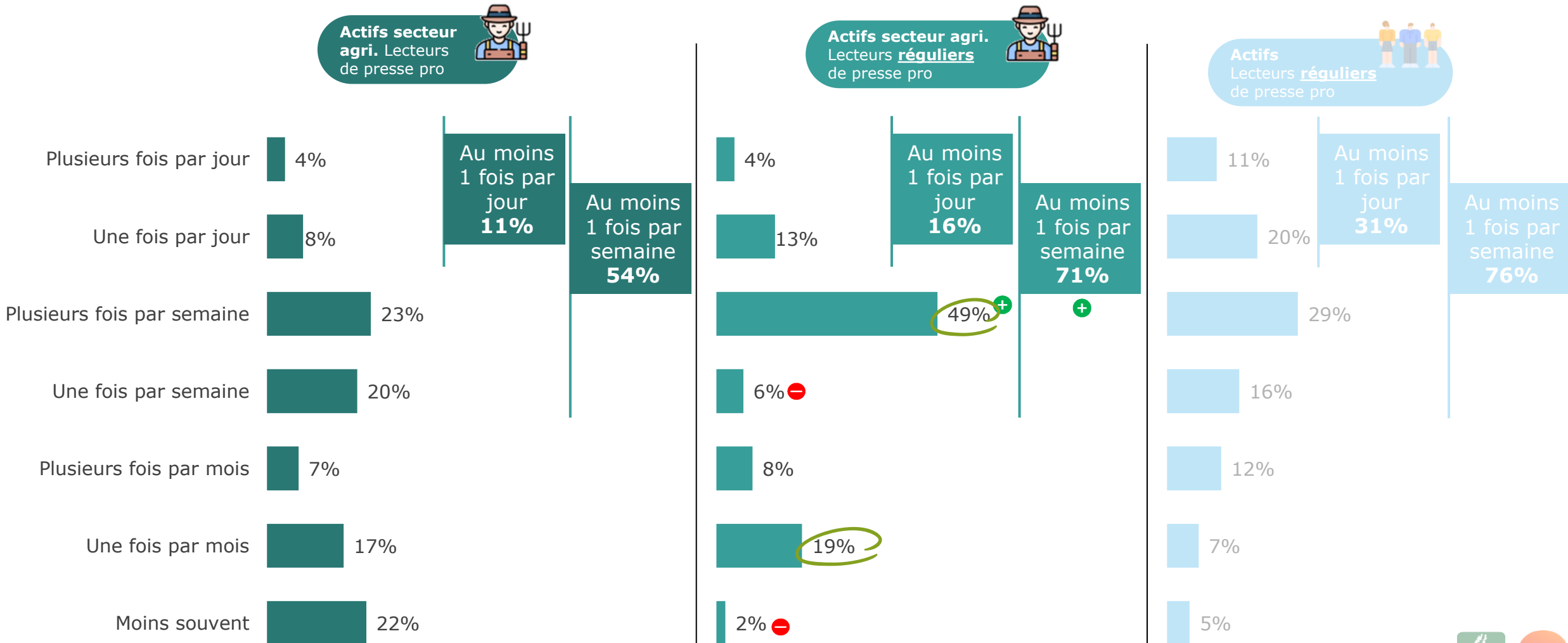




# La moitié des lecteurs et 7/10<sup>ème</sup> des réguliers s'informent au moins 1 fois par semaine

Q6. En moyenne, à quelle fréquence vous informez-vous sur votre univers professionnel au travers de la presse professionnelle ?

Base : Aux lecteurs de presse professionnelle (98) Aux lecteurs régulières de presse professionnelle (34) Aux actifs Lecteurs réguliers de presse pro (946)

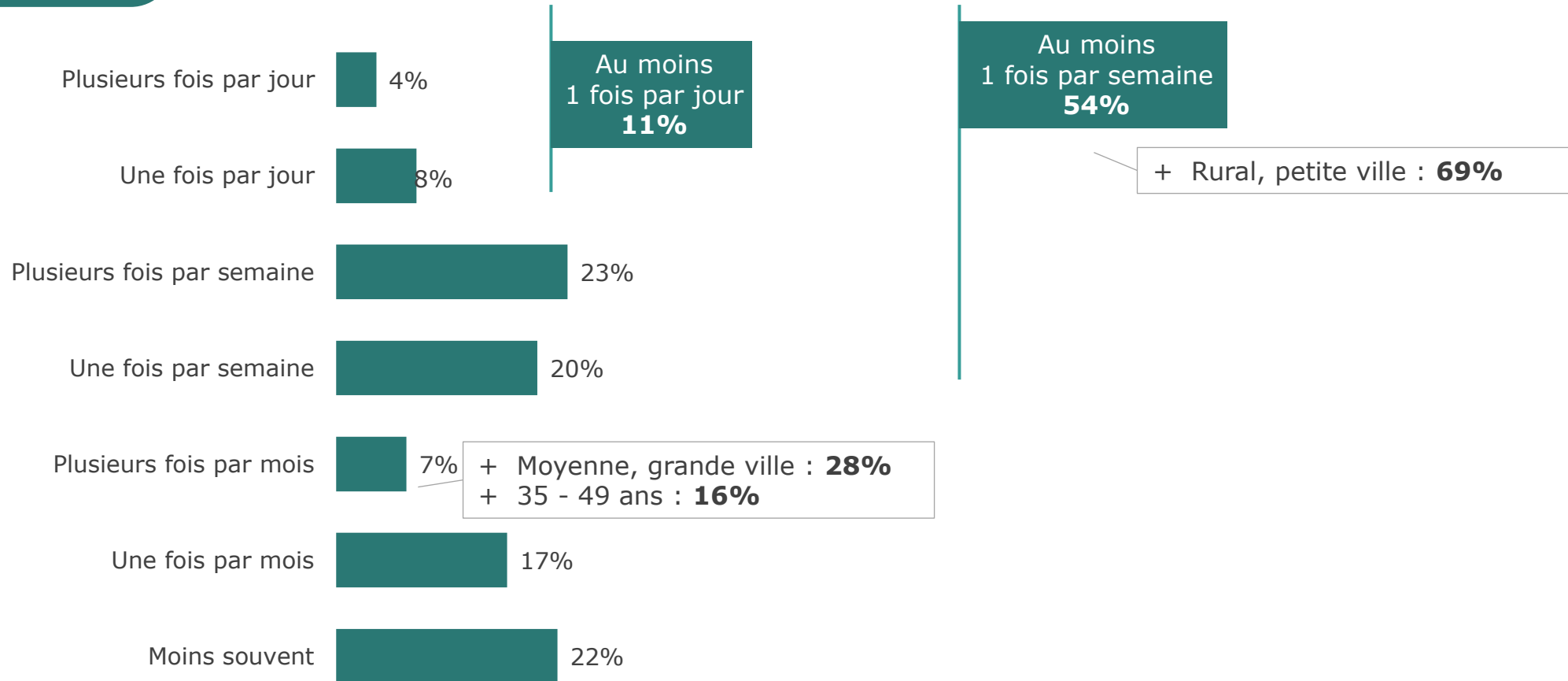


# Fréquence d'information sur l'univers professionnel

## Détail par profils

Q6. En moyenne, à quelle fréquence vous informez-vous sur votre univers professionnel au travers de la presse professionnelle ?  
Base : Aux lecteurs de presse professionnelle (98)

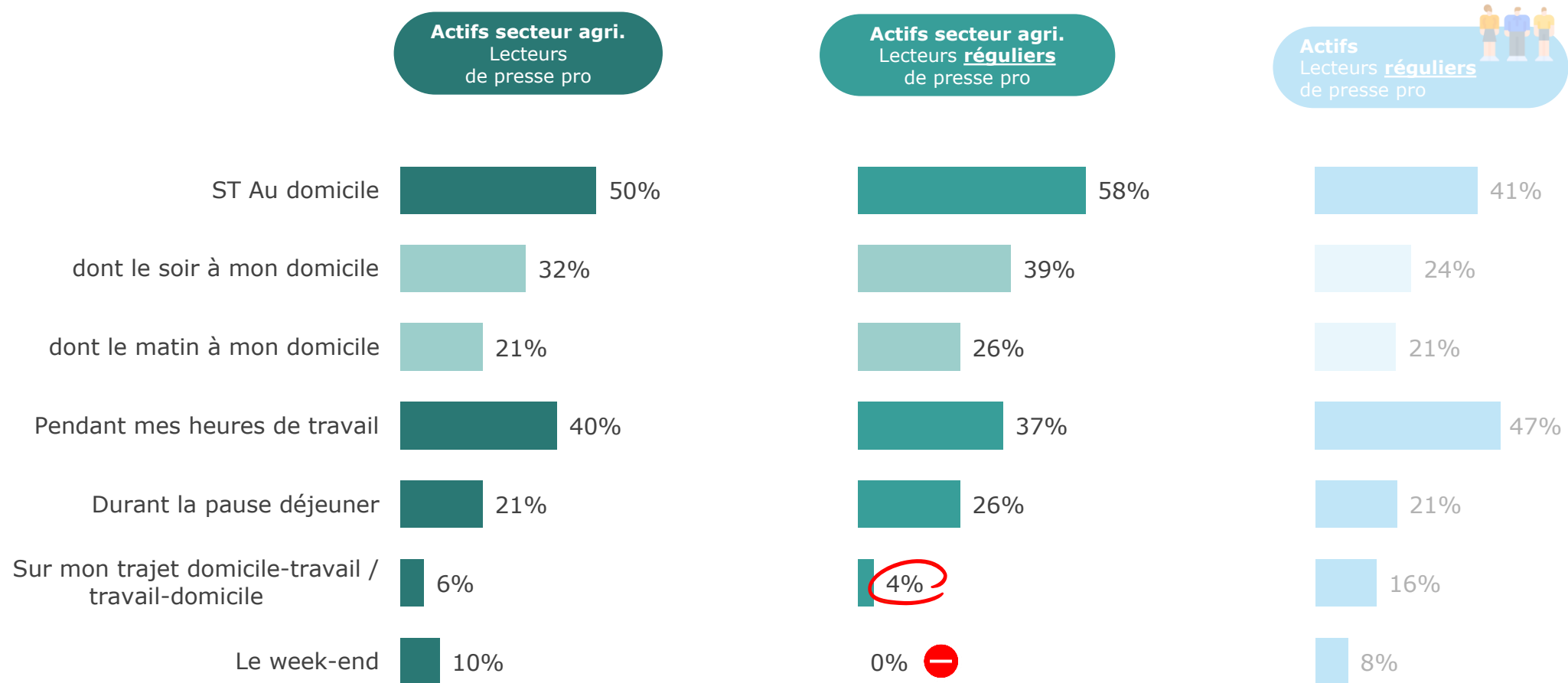
**Actifs secteur agri.** Lecteurs de presse pro



## 2 lieux/moments privilégiés pour s'informer sur le plan professionnel : le domicile et plus particulièrement en soirée ainsi que pendant les heures de travail

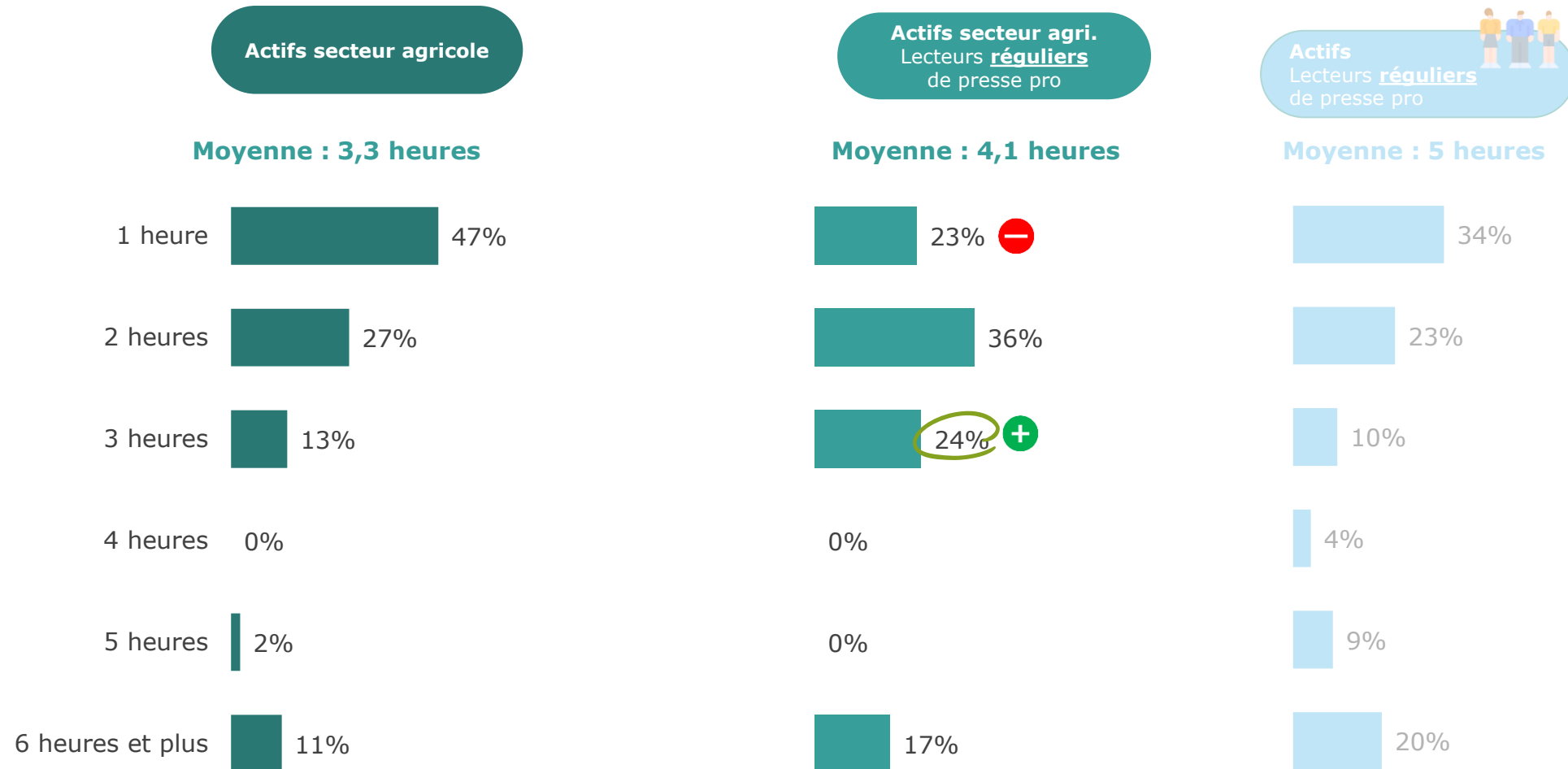
Q7. Le plus souvent, à quel moment vous informez-vous sur votre univers professionnel au travers de la presse professionnelle ?

Question à réponse multiple | Base : Aux lecteurs de presse professionnelle (98) Aux lecteurs régulières de presse professionnelle (34) Aux actifs Lecteurs réguliers de presse pro (946) | Total supérieur à 100% car plusieurs réponses possibles



# En moyenne les actifs en secteurs agri. consacrent plus de 3h par semaine à s'informer professionnellement, et jusqu'à 4h pour les lecteurs réguliers

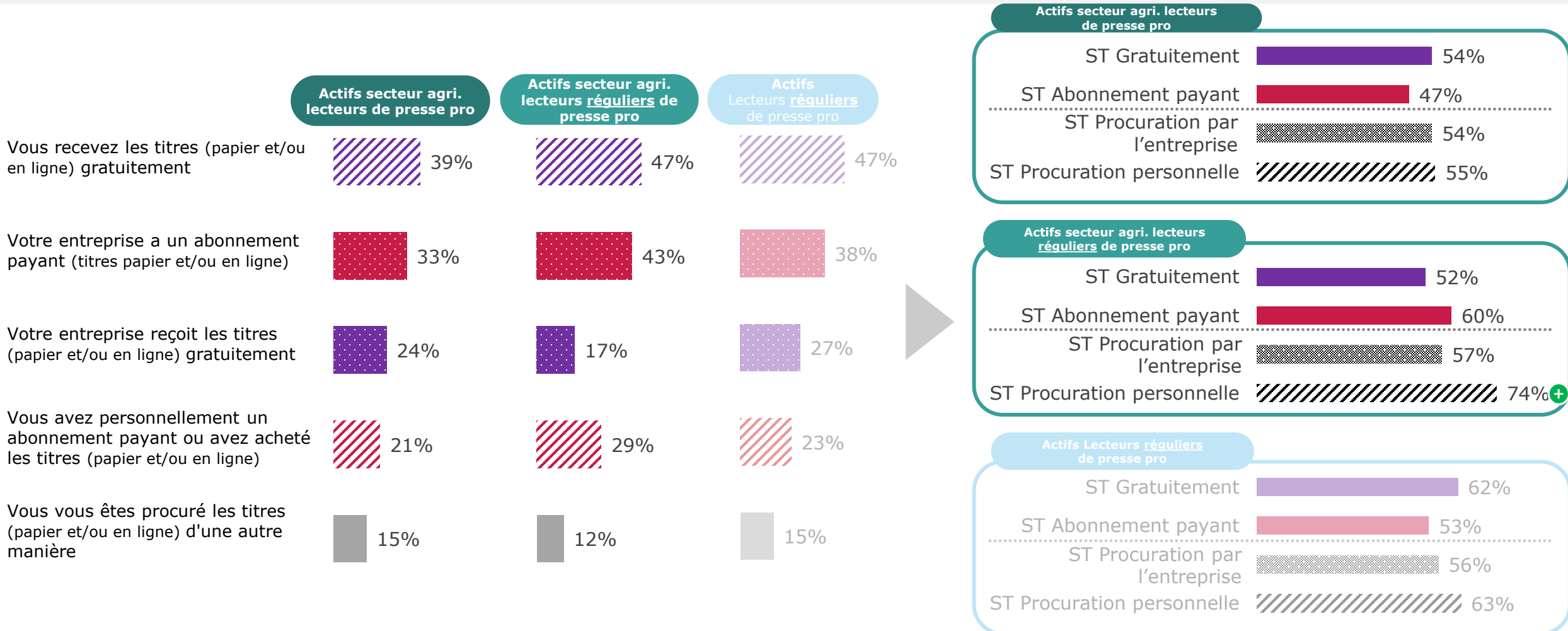
Q8. En général, sur une semaine, combien de temps au total en heure consacrez-vous à vous informer sur le plan professionnel ?  
 Base : Aux lecteurs de presse professionnelle (115) Aux lecteurs régulières de presse professionnelle (34) Aux actifs Lecteurs réguliers de presse pro (946)



# Des modes d'obtention d'information professionnelle diversifiés.

## Un plus grand investissement personnel pour les lecteurs réguliers

Q9. Comment vous procurez-vous l'information professionnelle que vous lisez, parcourez ou consultez (titre de presse papier ou en ligne) ?  
 Question à réponse multiple | Aux lecteurs de presse professionnelle (98) Aux lecteurs régulières de presse professionnelle (34) Aux actifs Lecteurs réguliers de presse pro (946) | Total supérieur à 100% car plusieurs réponses possibles



2

# THÈMES D'INTÉRÊT

The logo for Bva, consisting of the letters 'Bva' in a bold, orange, sans-serif font, enclosed within a white circle. The background of the slide features a large orange triangle with a white wavy pattern, a red triangle in the top left corner, and a yellow triangle in the top right corner containing a pair of glasses.

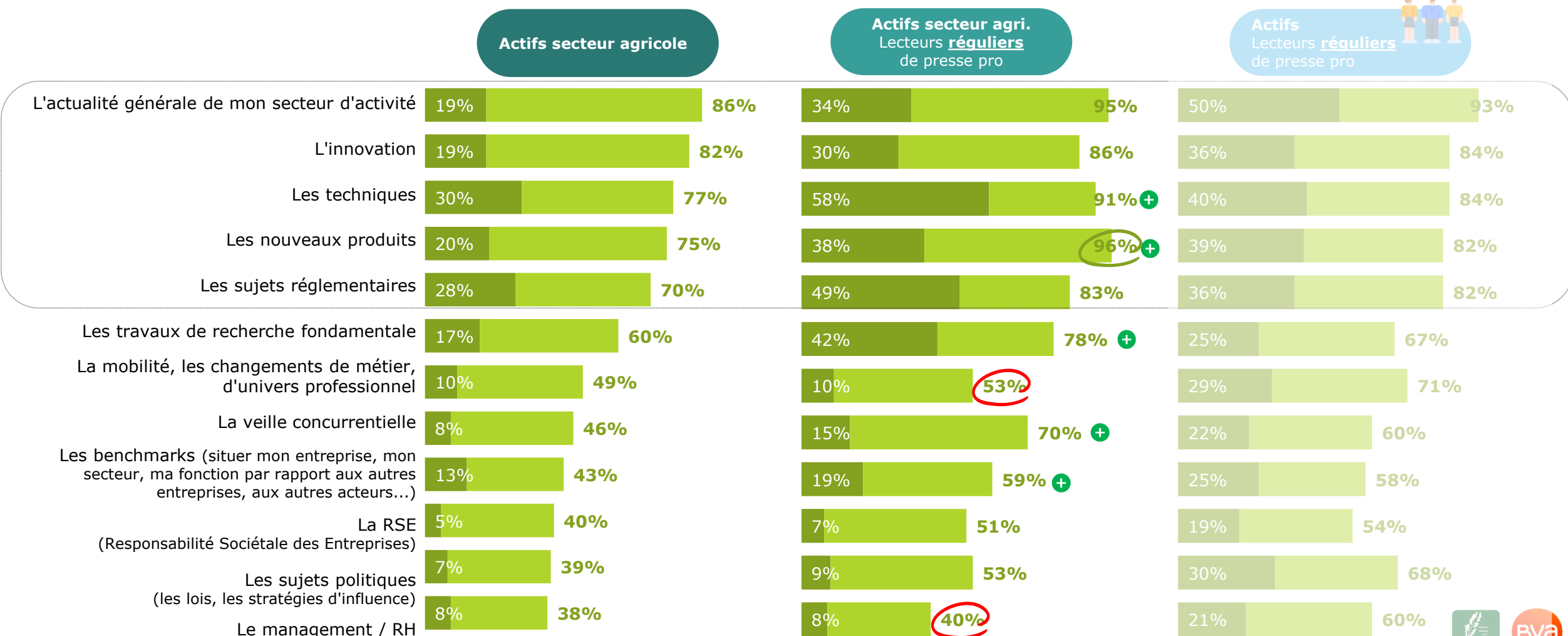
Bva

L'actualité générale, l'innovation, les techniques, les nouveaux produits et les sujets réglementaires sont des sujets d'intérêt majeur pour les actifs du secteur agri. Les lecteurs réguliers du secteur se montrent encore plus intéressés par les nouveaux produits que l'ensemble des actifs.

Q12. Dans quelle mesure êtes-vous intéressé par les sujets suivants afin de vous informer et/ou de vous former sur le plan professionnel ?

% ST intéressé | Base : A tous (115), Aux lecteurs de presse professionnelle (34), Aux actifs lecteurs réguliers de presse pro (946)

■ Très intéressé ■ Assez intéressé **ST INTERESSE**



# Quel que soit le sujet, 2 principaux canaux de communication privilégiés: les échanges avec les collègues et la presse d'information professionnelle

Q13. Pour les sujets suivant sur lesquels vous avez indiqué être très ou assez intéressé, quelles sont selon vous les sources d'informations les plus adaptées ? Question classement % Au total | Base : A tous ceux qui sont intéressés par les sujets

## Actifs secteur agricole

⚠ Base faible, résultats en effectifs

⚠ Base faible, résultats en effectifs

⚠ Base faible, résultats en effectifs

⚠ Base faible, résultats en effectifs

| Sujets d'intérêt  | Actualité générale de mon secteur | Innovation | Techniques | Nouveaux produits | Sujets réglementaires | Travaux de recherche fondamentale | Mobilité, changement de métier | Veille concurrentielle | Benchmark | RSE      | Sujets politiques | Management / RH |
|---|-----------------------------------|------------|------------|-------------------|-----------------------|-----------------------------------|--------------------------------|------------------------|-----------|----------|-------------------|-----------------|
| Base  | 23                                | 28         | 36         | 25                | 27                    | 40                                | 24                             | 32                     | 35        | 25       | 16                | 20              |
| Rappel ST Intéressé par le sujet  | 86%                               | 82%        | 77%        | 75%               | 70%                   | 60%                               | 49%                            | 46%                    | 43%       | 40%      | 39%               | 38%             |
| Les échanges avec vos collègues et confrères                                    | 1 (1) 13                          | 3 (3) 10   | 1 (1) 58%  | 1 (1) 20          | 1 (1) 17              | 2 (2) 33%                         | 1 (1) 15                       | 1 (1) 62%              | 19%       | 7        | 2 (2) 8           | 3 (3) 7         |
| La presse d'information professionnelle   | 3 (3) 8                           | 2 (2) 12   | 2 (2) 38%  | 7                 | 3 (3) 13              | 1 (1) 52%                         | 3 (3) 9                        | 2 (2) 51%              | 1 (1) 48% | 2 (2) 11 | 3 (3) 5           | 6               |
| Les congrès, réunions, colloques et salons                                      | 4                                 | 8          | 29%        | 2 (2) 10          | 6                     | 30%                               | 5                              | 31%                    | 2 (2) 36% | 8        | 5                 | 2 (2) 7         |
| Les organisations professionnelles  | 8                                 | 4          | 3 (3) 32%  | 3 (3) 10          | 2 (2) 13              | 9%                                | 7                              | 25%                    | 29%       | 1 (1) 11 | 4                 | 2               |
| Les supports internes de votre entreprise                                       | 5                                 | 2          | 8%         | 5                 | 9                     | 3 (3) 32%                         | 7                              | 19%                    | 3 (3) 29% | 3 (3) 8  | 2                 | 1 (1) 10        |
| Les informations professionnelles délivrées par vos fournisseurs et partenaires | 2 (2) 10                          | 7          | 20%        | 5                 | 6                     | 19%                               | 2                              | 17%                    | 25%       | 5        | 4                 | 4               |
| Les réseaux sociaux   | 3                                 | 1 (1) 13   | 24%        | 8                 | 2                     | 16%                               | 2 (2) 10                       | 34%                    | 12%       | 1        | 3                 | 2               |
| Les panoramas et revues de presse   | 3                                 | 5          | 23%        | 2                 | 5                     | 15%                               | 2                              | 4%                     | 17%       | 5        | 2                 | 5               |
| La presse quotidienne nationale grand public                                    | 5                                 | 8          | 7%         | 2                 | 15%                   | 1                                 | 10%                            | 12%                    | 6         | 1 (1) 9  | 5                 |                 |
| La presse quotidienne régionale grand public                                    | 4                                 | 3          | 9%         | 1                 | 0                     | 7%                                | 6                              | 16%                    | 26%       | 3        | 5                 | 0               |
| Les webinars, comptes rendus de congrès sur internet, podcast, vidéos           |                                   | 2          | 6%         | 2                 | 4                     | 13%                               | 1                              | 16%                    | 14%       | 3        | 1                 | 2               |

1 2 3 Top 3 sources pour chaque sujet



# Et les lecteurs réguliers de presse pro la place en source d'info prioritaire sur tous les sujets sauf pour l'actualité du secteur, les techniques, la mobilité professionnelle et le management

Q13. Pour les sujets suivant sur lesquels vous avez indiqué être très ou assez intéressé, quelles sont selon vous les sources d'informations les plus adaptées ? Question classement % Au total | Base : Actifs lecteurs réguliers de presse professionnelle qui sont intéressés par les sujets

**Actifs** Lecteurs **réguliers** de presse pro

Rappel ST Intéressé par le sujet

Sujets d'intérêt  
Base

|  | 93%                               | 84%        | 84%        | 82%               | 82%                   | 71%                            | 68%               | 67%                               | 60%             | 60%                    | 58%       | 54% |
|--|-----------------------------------|------------|------------|-------------------|-----------------------|--------------------------------|-------------------|-----------------------------------|-----------------|------------------------|-----------|-----|
|  | Actualité générale de mon secteur | Techniques | Innovation | Nouveaux produits | Sujets réglementaires | Mobilité, changement de métier | Sujets politiques | Travaux de recherche fondamentale | Management / RH | Veille concurrentielle | Benchmark | RSE |
|  | 187                               | 214        | 202        | 210               | 229                   | 197                            | 274               | 279                               | 256             | 247                    | 233       | 276 |

|   |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Les échanges avec vos collègues et confrères                  | 1 43% | 1 47% | 3 31% | 2 37% | 3 35% | 1 48% | 27%   | 3 30% | 1 44% | 2 39% | 2 36% | 2 34% |
| La presse d'information professionnelle                       | 2 42% | 2 45% | 1 48% | 1 49% | 1 47% | 2 39% | 1 42% | 1 50% | 3 38% | 1 41% | 1 38% | 1 41% |
| Les supports internes de votre entreprise                     | 26%   | 31%   | 24%   | 22%   | 30%   | 30%   | 26%   | 24%   | 2 37% | 21%   | 3 30% | 3 34% |
| Les info pro délivrées par vos fournisseurs et partenaires    | 31%   | 3 33% | 2 35% | 3 35% | 34%   | 22%   | 20%   | 29%   | 25%   | 3 30% | 25%   | 26%   |
| Les congrès, réunions, colloques et salons                    | 18%   | 28%   | 29%   | 29%   | 21%   | 20%   | 19%   | 2 31% | 23%   | 21%   | 20%   | 20%   |
| Les organisations professionnelles                            | 3 33% | 22%   | 21%   | 18%   | 2 42% | 3 35% | 3 32% | 18%   | 34%   | 27%   | 24%   | 34%   |
| Les réseaux sociaux   | 19%   | 16%   | 24%   | 25%   | 13%   | 21%   | 17%   | 13%   | 18%   | 26%   | 20%   | 16%   |
| Les webinars, comptes rendus de congrès sur internet, podcast | 16%   | 17%   | 17%   | 20%   | 17%   | 17%   | 15%   | 24%   | 18%   | 18%   | 22%   | 17%   |
| La presse quotidienne nationale grand public                  | 22%   | 15%   | 20%   | 15%   | 18%   | 16%   | 2 40% | 22%   | 17%   | 20%   | 26%   | 22%   |
| Les panoramas et revues de presse                             | 19%   | 11%   | 14%   | 14%   | 15%   | 12%   | 17%   | 14%   | 14%   | 21%   | 17%   | 16%   |
| La presse quotidienne régionale grand public                  | 10%   | 10%   | 10%   | 8%    | 6%    | 9%    | 18%   | 9%    | 11%   | 15%   | 17%   | 11%   |

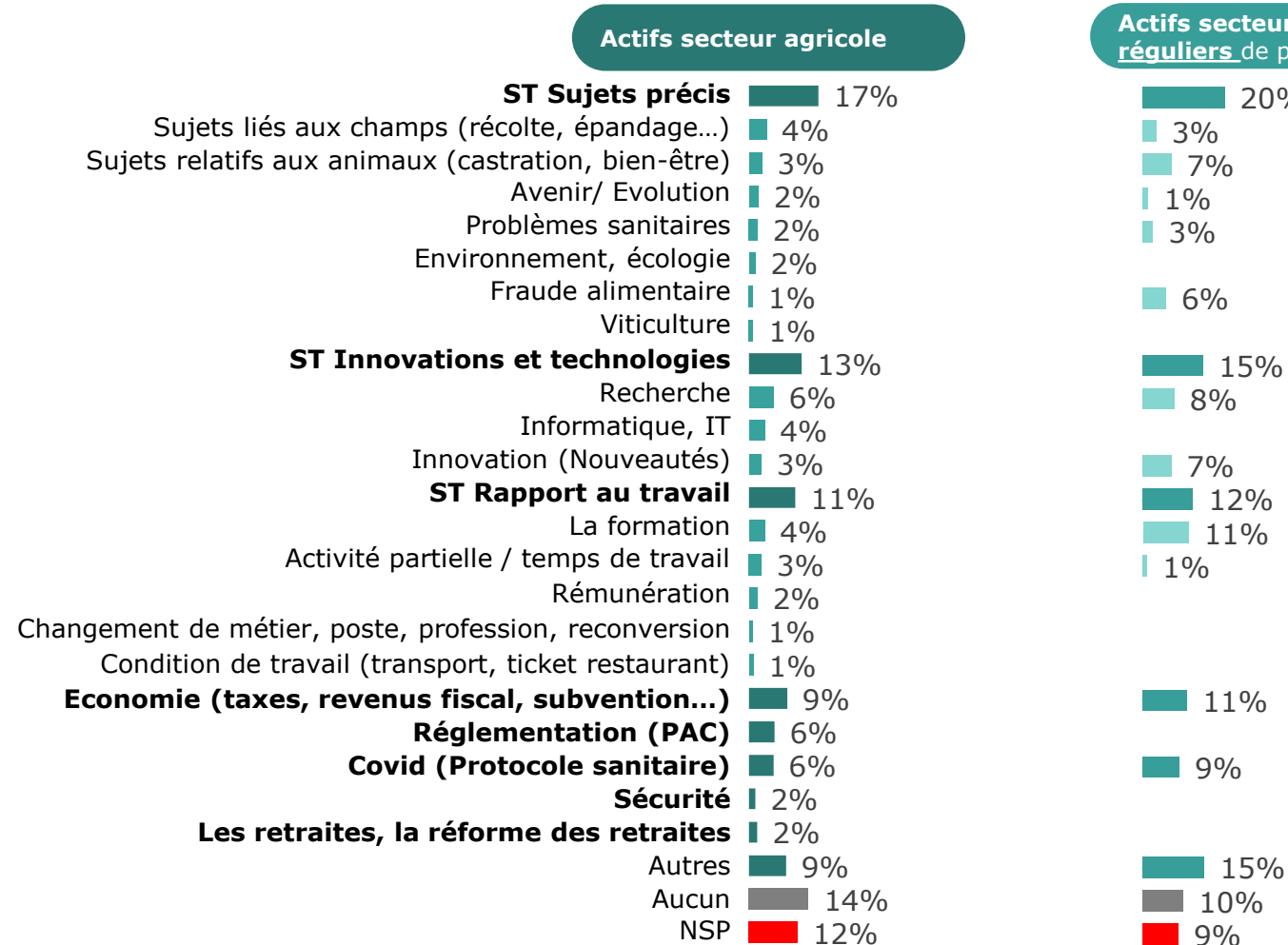
1 2 3 Top 3 sources pour chaque sujet



# Des difficultés pour trouver de l'information sur des problématiques précises mais également sur l'innovation et la recherche ainsi que sur des questions liés au travail.

Q11. Quels sont les derniers sujets à propos desquels vous avez souhaité vous informer dans le cadre de votre activité professionnelle et pour lesquels vous avez eu des difficultés à trouver de l'information ?

Question ouverte | Base : A tous (115), Aux lecteurs de presse professionnelle (34) | Total supérieur à 100% car plusieurs réponses possibles



3

# EVALUATION DES SOURCES D'INFORMATION

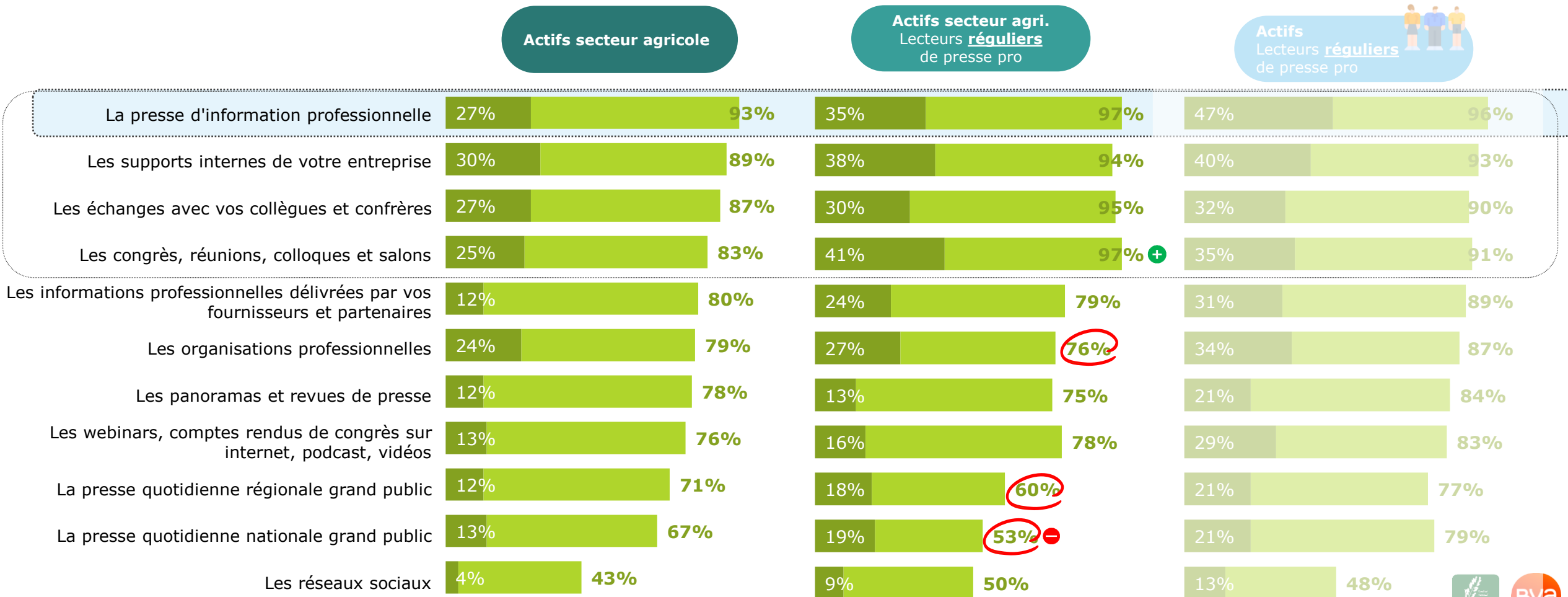
Bva

# A l'exception des réseaux sociaux, l'ensemble des sources d'informations sont jugées crédibles. La presse professionnelle est le média perçu comme le plus crédible.

Q14. Quel niveau de crédibilité accordez-vous à chacune de ces sources pour votre information sur votre univers professionnel ?

% ST crédible | Base : A tous (115), Aux lecteurs de presse professionnelle (34), Aux actifs lecteurs réguliers de presse pro (946)

■ Tout à fait crédible ■ Plutôt crédible **ST CREDIBLE**



# Score d'engagement

Q14. Quel **niveau de crédibilité** accordez-vous à chacune de ces sources pour votre information sur votre univers professionnel ?

1. Tout à fait crédible
2. Plutôt crédible
3. Plutôt pas crédible
4. Pas crédible du tout

Q3. Pour votre information professionnelle, quelles sources d'information utilisez-vous ?

c) La presse d'information professionnelle (papier et/ou en ligne)

1. Régulièrement
2. Occasionnellement
3. Rarement **niveau de crédibilité**
4. Jamais

**Fréquence d'utilisation**

| Base : A tous (115)

## Calcul du score d'engagement

### Q3. Fréquence d'utilisation

- Régulièrement = 3
- Occasionnellement = 2
- Rarement = 1
- Jamais = 0



### Q14. Niveau de crédibilité

- Tout à fait crédible = 3
- Plutôt crédible = 2
- Plutôt pas crédible = 1
- Pas crédible = 0



### Niveau d'engagement

- **0 = Pas du tout engagé**
- **1 et 2 = Peu engagé**
- **3 et 4 = Assez engagé**
- **5 et 6 = Très engagé**

# Des lecteurs réguliers très engagés pour la presse professionnelle, devançant même les échanges avec les collègues et les supports internes des entreprises

## SCORE D'ENGAGEMENT

Q3/Q14. Niveau d'engagement dans les canaux d'information professionnelle

% ST engage | Base : A tous (115), Aux lecteurs de presse professionnelle (34), Aux actifs lecteurs réguliers de presse pro (946)

■ Très engagé  
(5 - 6)

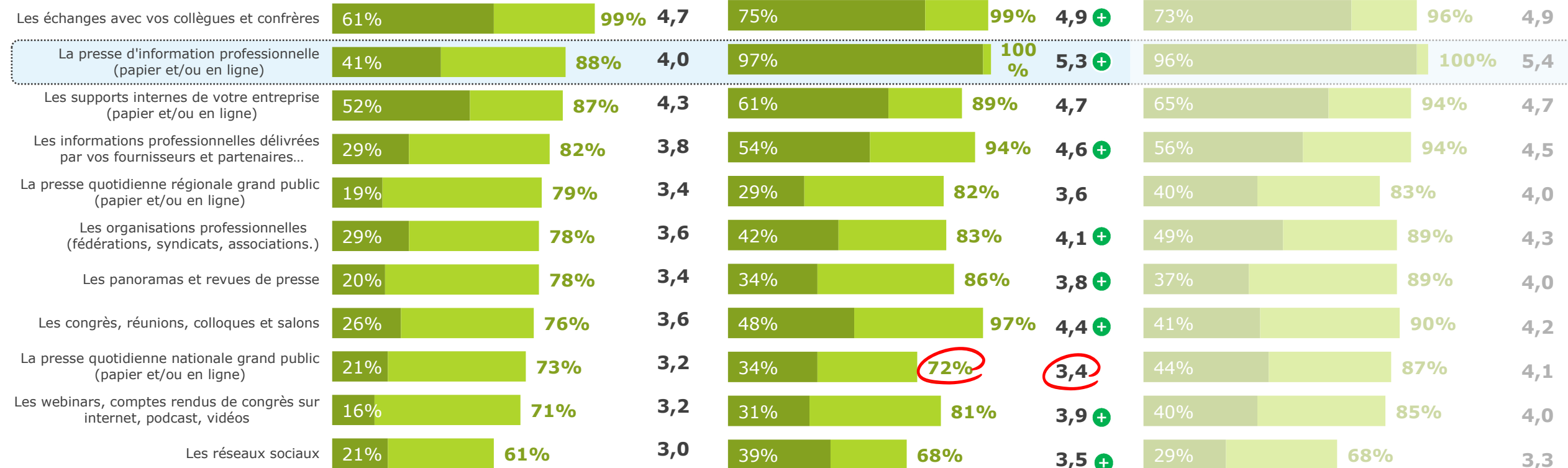
■ Assez engagé  
(3 - 4)

ST ENGAGE

Actifs secteur agricole

Actifs secteur agri.  
Lecteurs réguliers  
de presse pro

Actifs  
Lecteurs réguliers  
de presse pro

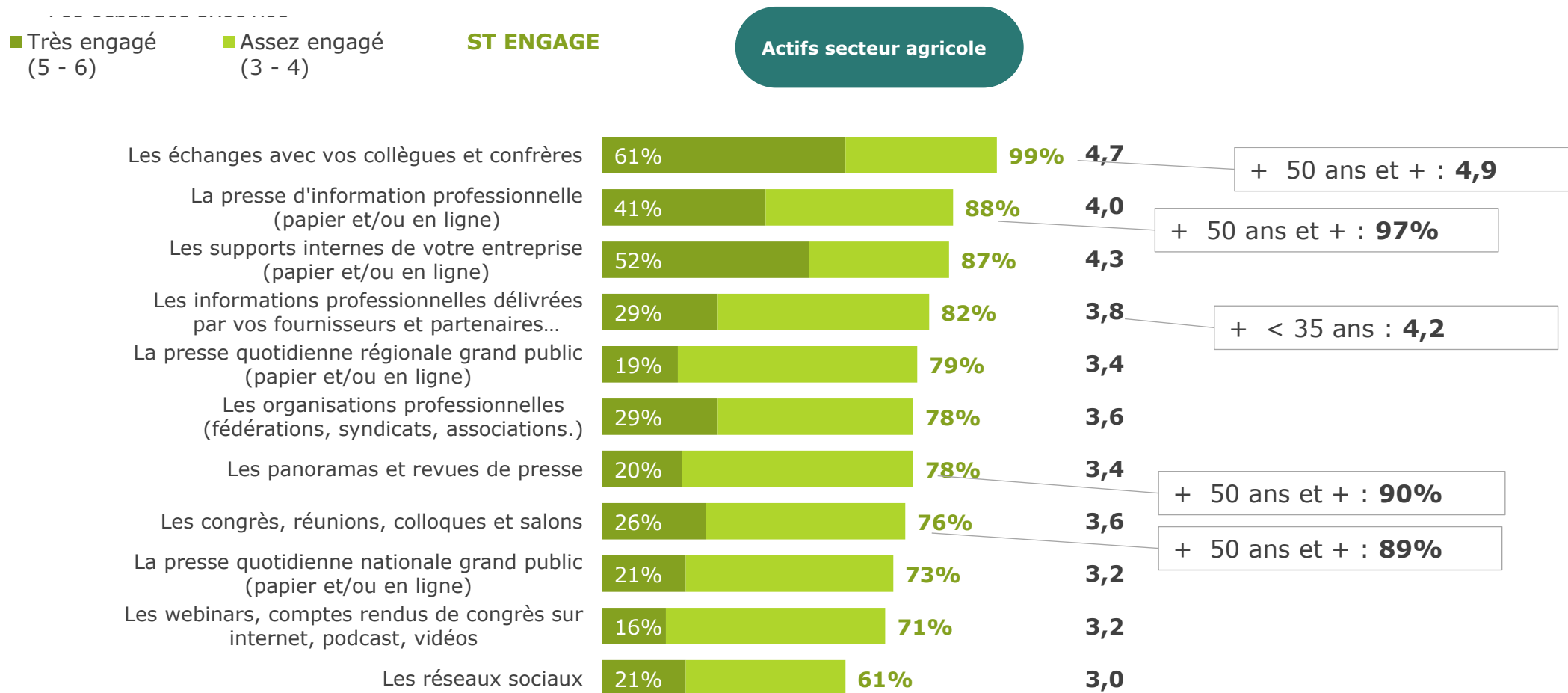


# Niveau d'engagement

## Détails par profils ENGAGES

Q3/Q14. Niveau d'engagement dans les canaux d'information professionnelle

Base : A tous (115)

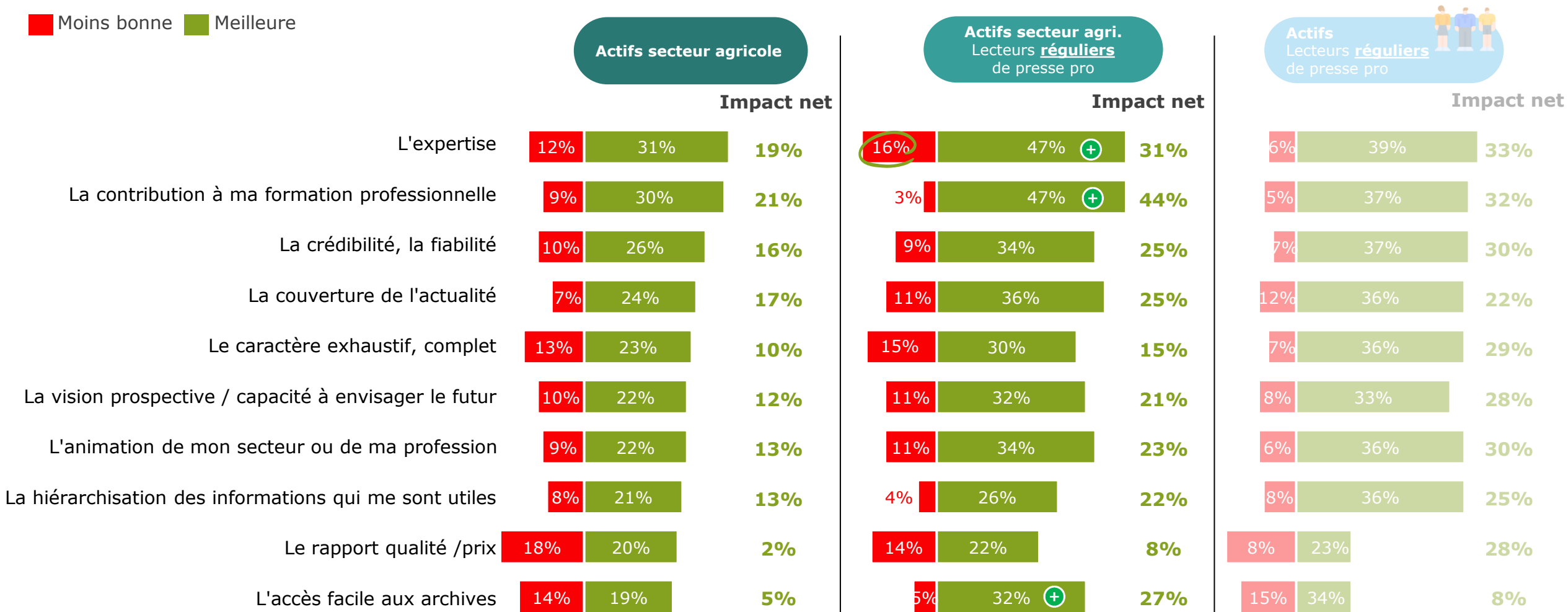


# La presse professionnelle bénéficie d'une **image plutôt équivalente aux autres sources d'information** chez la majorité des actifs excepté pour ses lecteurs réguliers chez qui elle se distingue fortement sur les critères d'expertise et de formation professionnelle

Q21. En comparaison aux autres sources d'information, diriez-vous que la presse professionnelle (papier ou numérique) est meilleure, équivalente, moins bonne sur le plan de... ?

Base : Base : A tous (115), Aux lecteurs de presse professionnelle (34), Aux actifs lecteurs réguliers de presse pro (946)

■ Moins bonne ■ Meilleure





# Comparaison de la presse professionnelle par rapport aux autres supports

Détails par profils – Meilleure que les autres sources d'information

Q21. En comparaison aux autres sources d'information, diriez-vous que la presse professionnelle (papier ou numérique) est meilleure, équivalente, moins bonne sur le plan de... ?

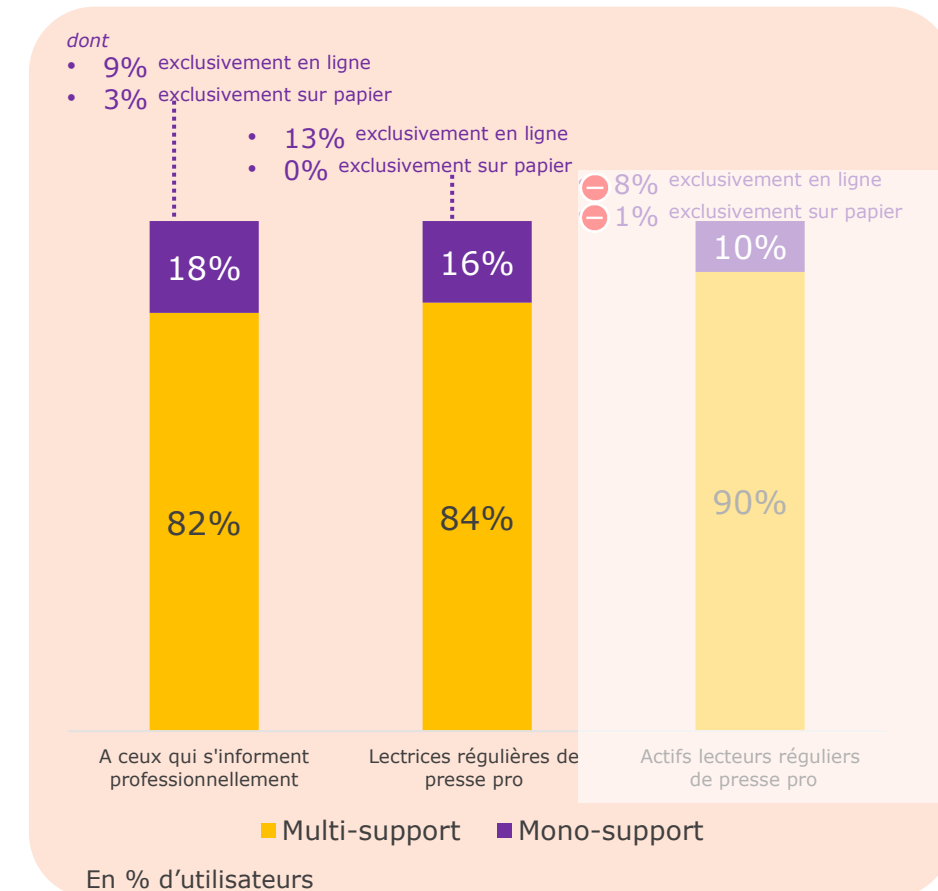
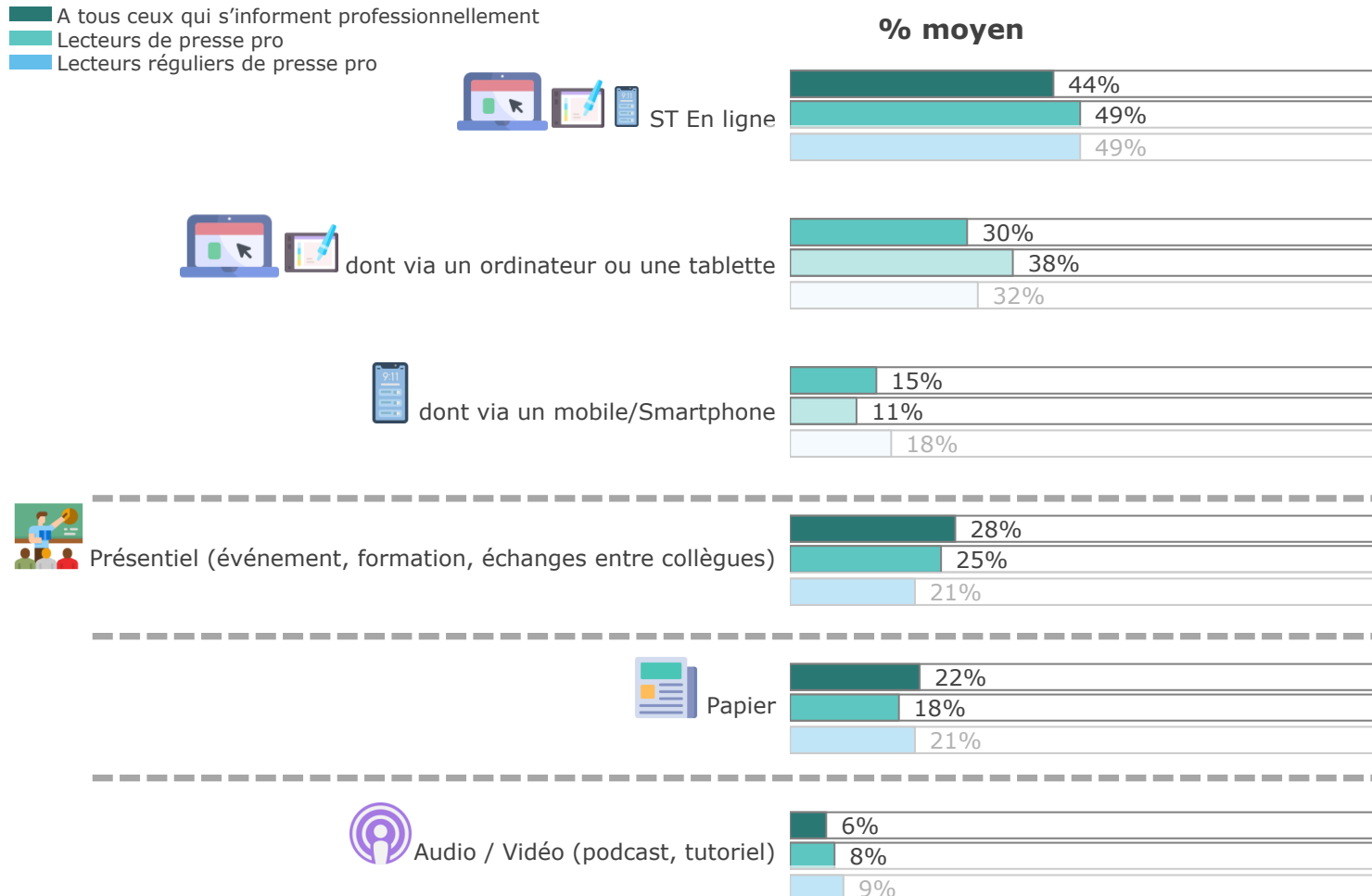
Base : A tous (115)



# La consultation de l'information professionnelle se fait avant tout en ligne (+PC /tablette), puis en présentiel puis en papier. Majoritairement une info multi supports : seul 1/5 des actifs du secteur agri. utilise un seul support.

Q15. Sur 100% de l'information professionnelle que vous consultez par mois afin de vous informer sur votre univers professionnel, quelle est la part de chacun des canaux suivants ?

Question à réponse numérique | Base : A tous ceux qui s'informent professionnellement (115), Aux lecteurs de presse professionnelle (34) Aux actifs Lecteurs réguliers de presse pro (946)



# L'ensemble des canaux sont adaptés pour s'informer, néanmoins le présentiel est légèrement plus en adéquation avec les besoins

Q16. Selon vous, quels sont les canaux les plus adaptés pour vous informer sur votre activité professionnelle ?

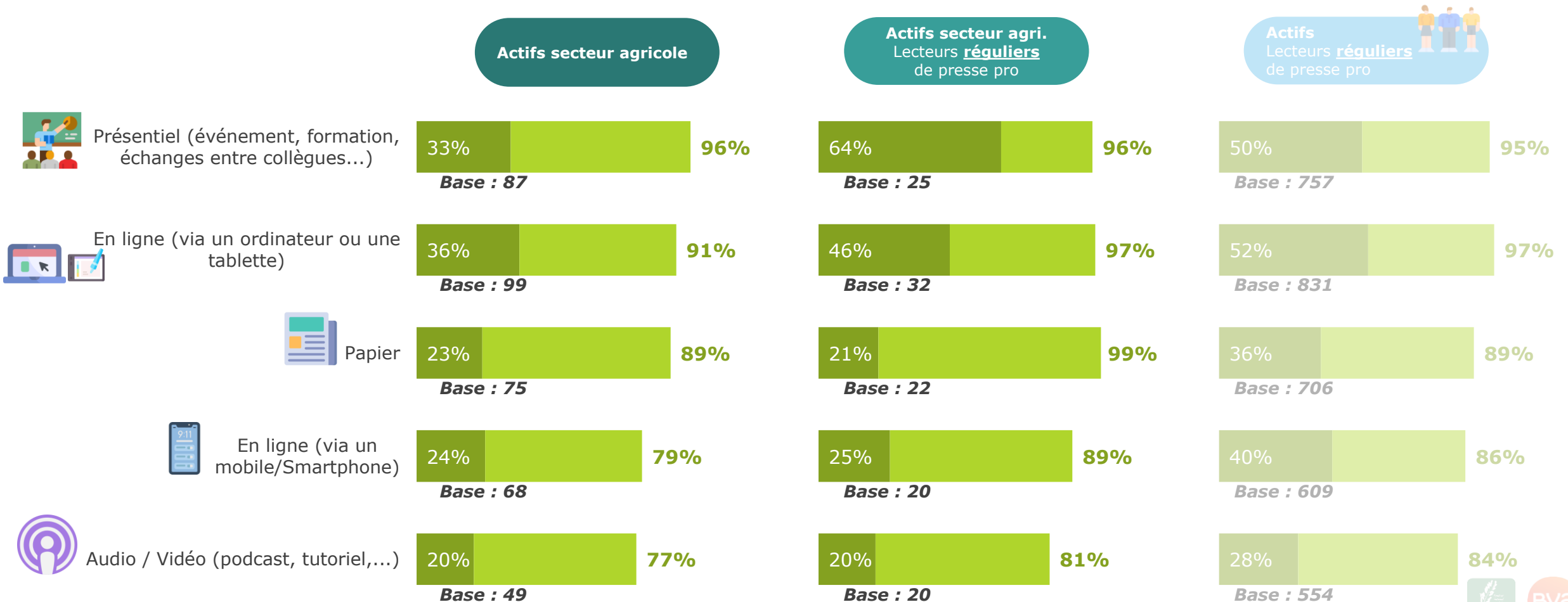
% ST adapte | Base : A ceux qui s'informent professionnellement et consultent les canaux

■ Très adapté

■ Plutôt adapté

**ST ADAPTE**

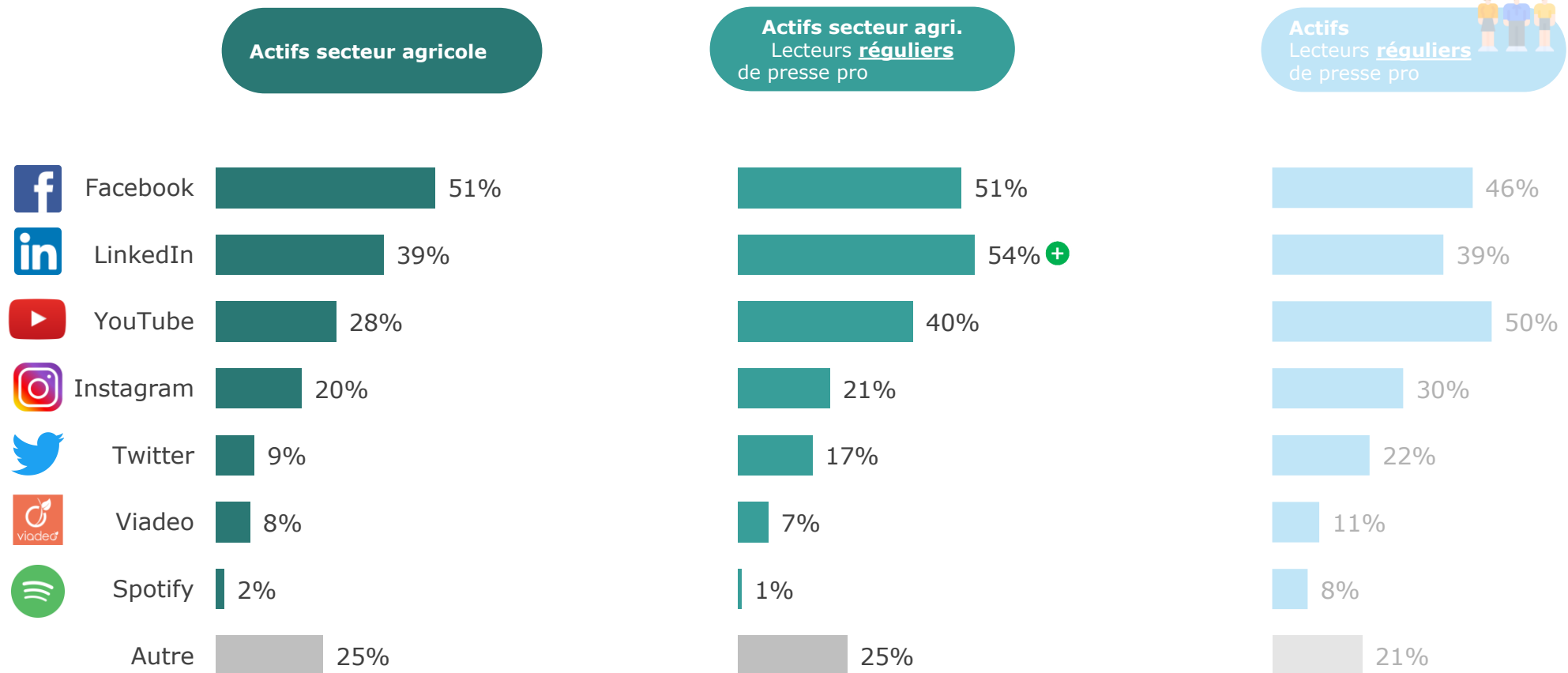
⚠ Base faible, résultats à interpréter avec prudence



# Une utilisation plus marquée de Facebook pour s'informer mais aussi de LinkedIn, particulièrement pour les lecteurs réguliers

Q17. Dans le cadre de votre activité professionnelle, quels réseaux sociaux utilisez-vous ?

Question à réponse multiple | Base : A tous (115), Aux lecteurs réguliers de presse professionnelle (34), Aux actifs lecteurs réguliers de presse pro (946) | Total supérieur à 100% car plusieurs réponses possibles



4



# FOCUS SUPPORTS IMPRIMÉS

Bva

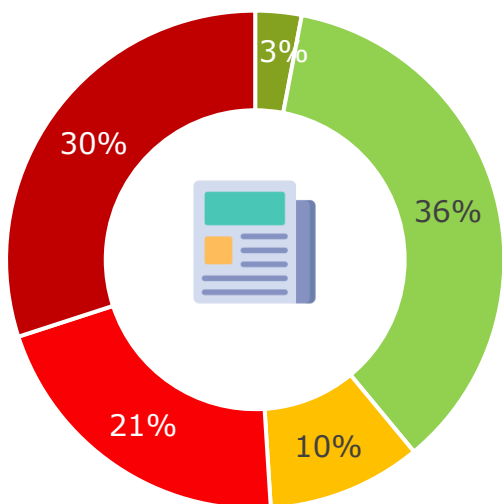
# Le format papier délaissé par près d'1/3 des actifs du secteur agricole

## CONSTRUCTION D'UN INDICATEUR UTILISATEUR PAPIER

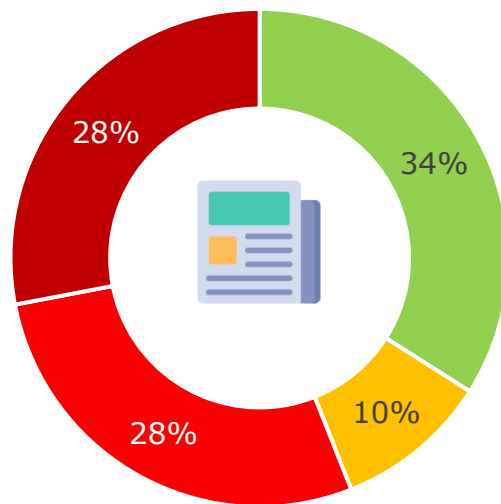
Q15. Sur 100% de l'information professionnelle que vous consultez par mois afin de vous informer sur votre univers professionnel, quelle est la part de chacun des canaux suivants ?

Question à réponse numérique | Base : A ceux qui s'informent professionnellement (98), Aux lecteurs de presse professionnelle (34), Aux actifs lecteurs réguliers de presse pro (946)

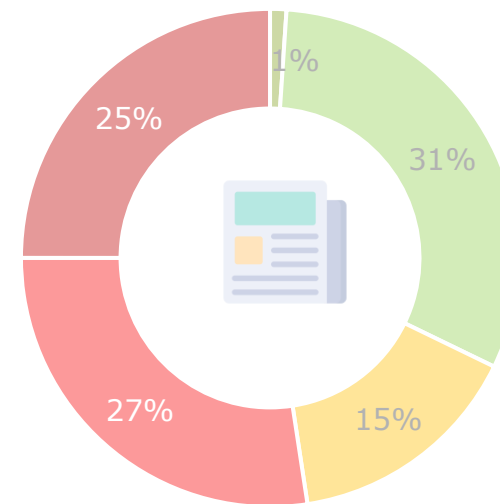
Actifs secteur agri.  
qui s'informent  
professionnellement



Actifs secteur agri.  
Lecteurs réguliers  
de presse pro



Actifs  
Lecteurs réguliers  
de presse pro

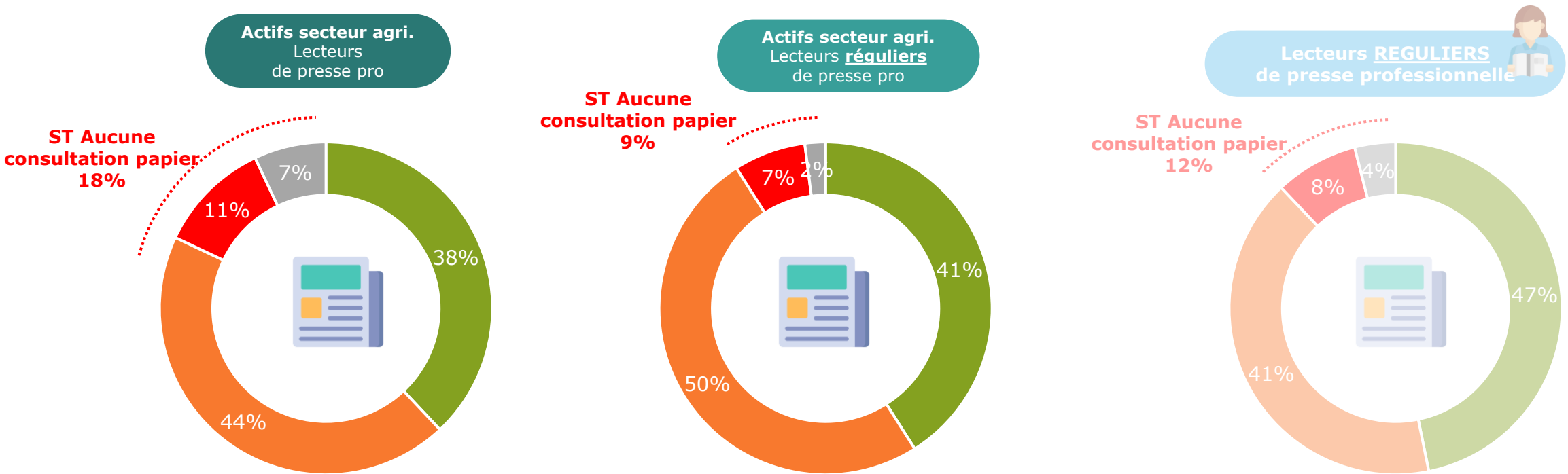


- Utilisateur papier exclusif (=100%)
- Fort utilisateur papier (=21% à 99%)
- Utilisateur papier moyen (=20%)
- Faible utilisateur papier (=1% à 19%)
- Non utilisateur papier (=0%)

# Une presse professionnelle papier beaucoup moins consultée au cours des 3 dernières années, voire plus du tout consultée pour 2/ 10<sup>ème</sup> actifs du secteur agri. et 1/10<sup>ème</sup> des lecteurs réguliers

Q18. Comment a évolué votre utilisation de la presse professionnelle papier au cours des 3 dernières années ?

Base : Aux lecteurs de presse professionnelle (98), Aux lecteurs régulières de presse professionnelle (34), Aux actifs lecteurs réguliers de presse pro (946)

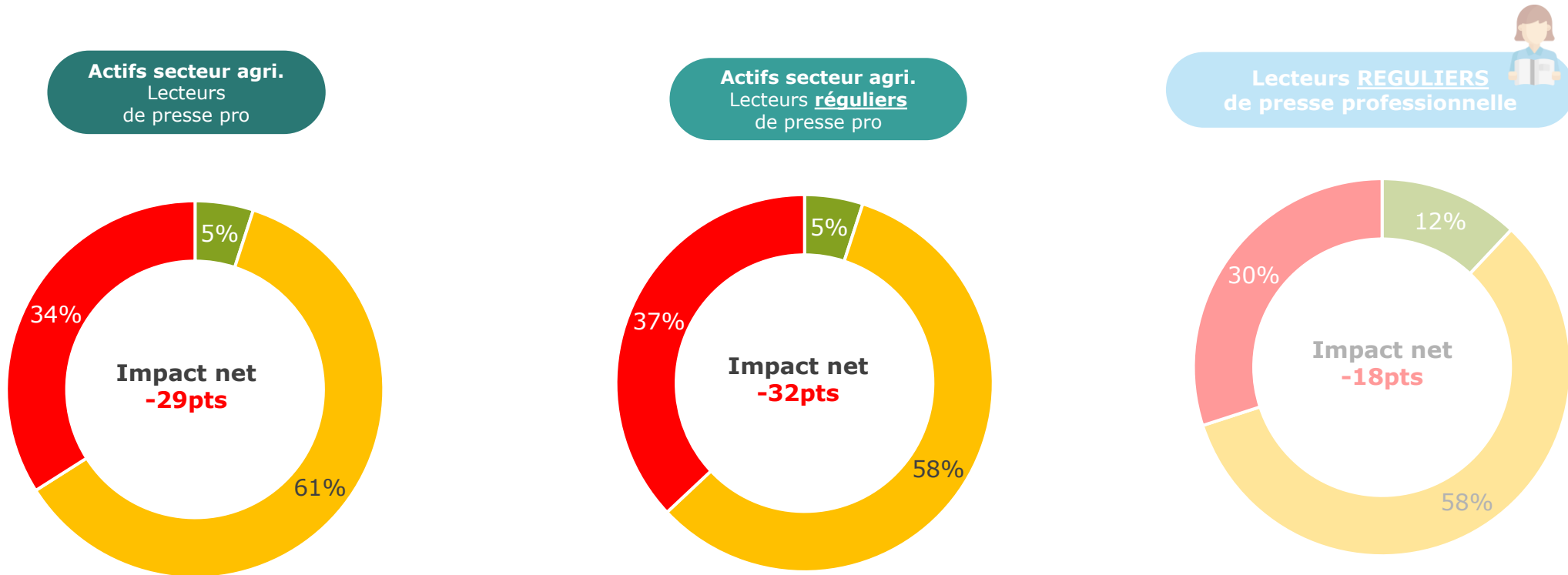


- Je consulte autant de presse professionnelle papier qu'avant
- Je consulte nettement moins de presse professionnelle papier qu'avant
- Je ne consulte plus du tout la presse professionnelle papier
- Je n'ai jamais utilisé la presse professionnelle papier

# Même si 6 actifs du secteur agri. sur 10 envisagent de maintenir leur consultation de la presse pro sur papier, 1/3 envisage une diminution.

Q19. Et dans les 3 prochaines années, envisagez-vous de consulter la presse professionnelle papier ?

Base : Aux lecteurs de presse professionnelle (98) Aux lecteurs régulières de presse professionnelle (34), Aux actifs lecteurs réguliers de presse professionnelle (946)



- Plus qu'aujourd'hui
- Autant qu'aujourd'hui
- Moins qu'aujourd'hui

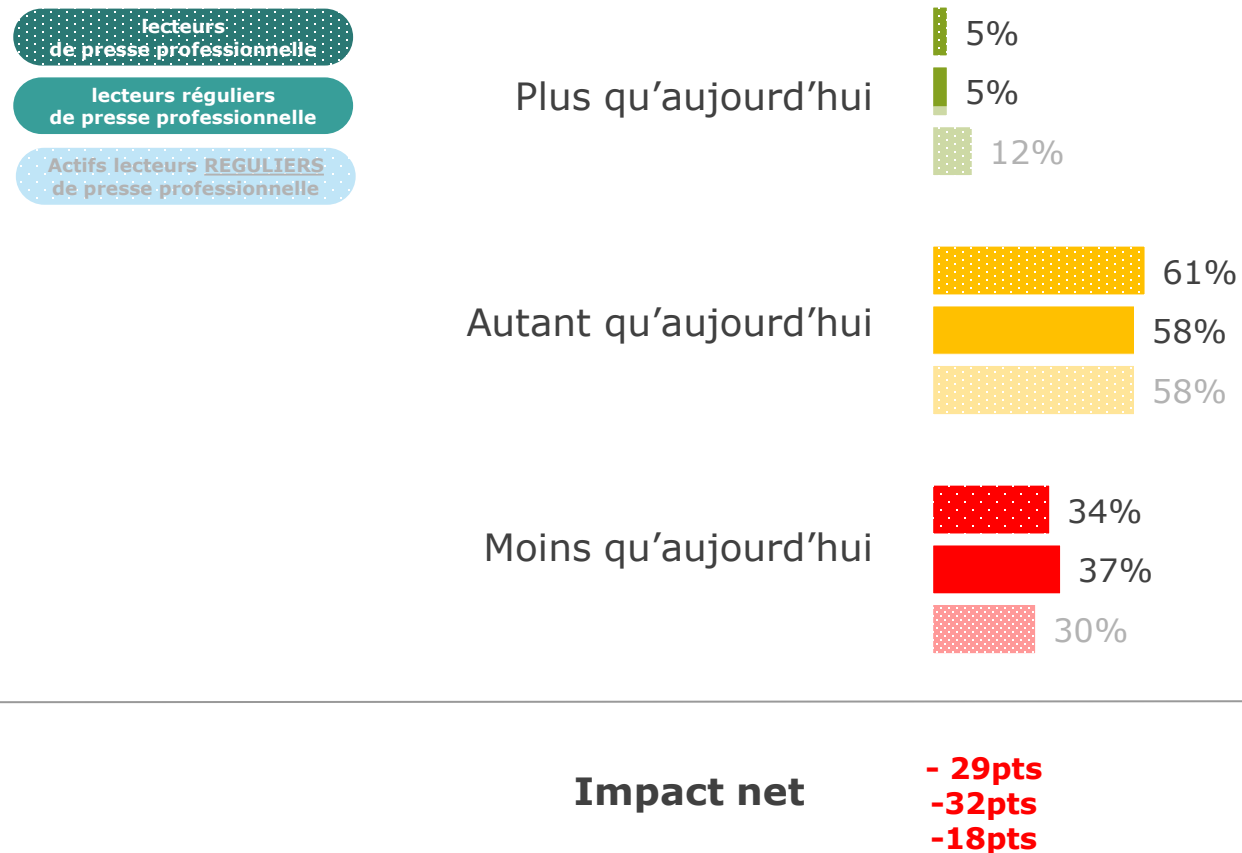




# Une décroissance de l'utilisation des supports papier plus marqué dans le secteur agricole vs l'ensemble des actifs

Q19. Et dans les 3 prochaines années, envisagez-vous de consulter la presse professionnelle papier ?

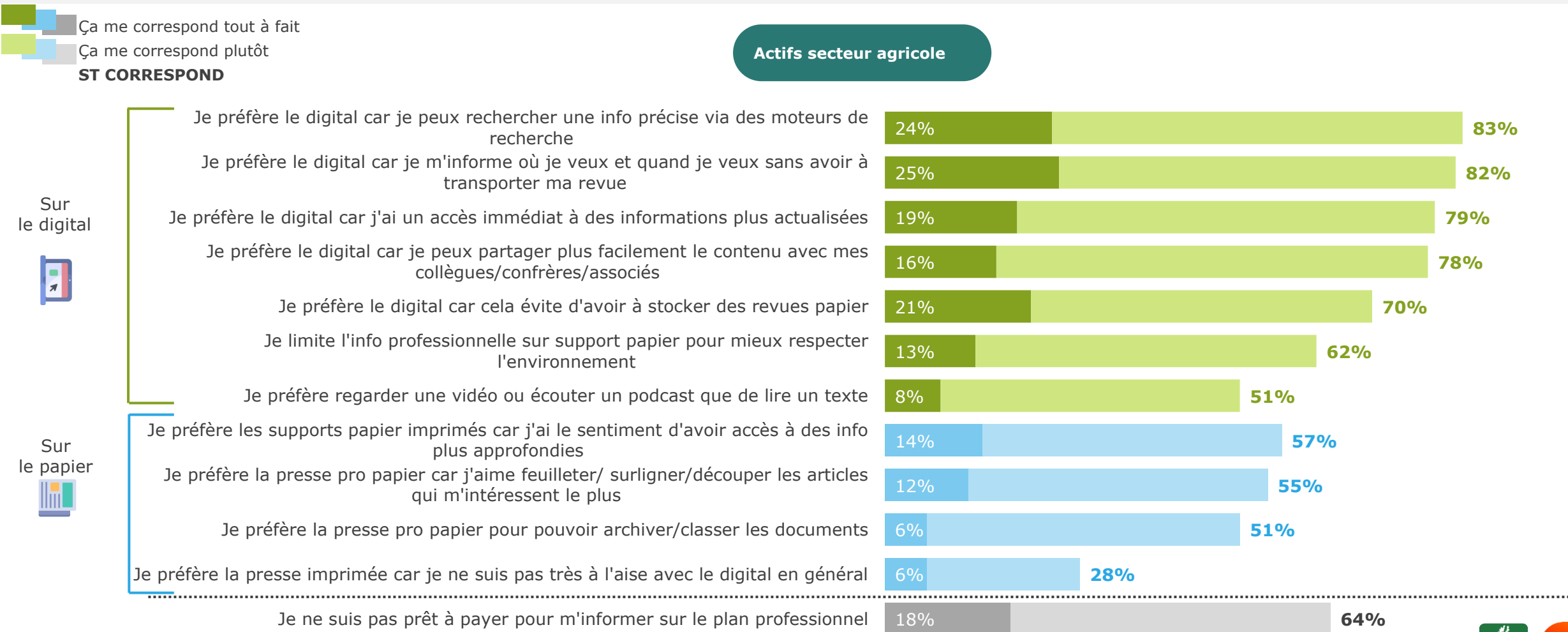
Base : Aux lecteurs de presse professionnelle (98) Aux lecteurs régulières de presse professionnelle (34), Aux actifs lecteurs réguliers de presse professionnelle (946)



La recherche d'information ciblée, le fait de pouvoir s'informer quand on veut, l'accès à des informations actualisées et le partage d'information facilité sont les grands avantages du digital. A noter que la gratuité des contenus est nécessaire.

Q20. Nous allons maintenant, vous proposer une série d'affirmations concernant votre information sur le plan professionnel, veuillez pour chacune d'elles, préciser si elles vous correspondent « tout à fait », « plutôt », « plutôt pas » ou « pas du tout ».

% ST correspond | Base : A tous (115),



# Les actifs du secteur agricole lecteurs réguliers peu consommateurs de vidéos ou podcast

Q20. Nous allons maintenant, vous proposer une série d'affirmations concernant votre information sur le plan professionnel, veuillez pour chacune d'elles, préciser si elles vous correspondent « tout à fait », « plutôt », « plutôt pas » ou « pas du tout ».

% ST correspond | Base : A tous (115), Aux lecteurs réguliers de presse professionnelle (34), Aux actifs lecteurs réguliers de presse pro (946)

Ça me correspond tout à fait

Ça me correspond plutôt

**ST CORRESPOND**

Actifs secteur agricole

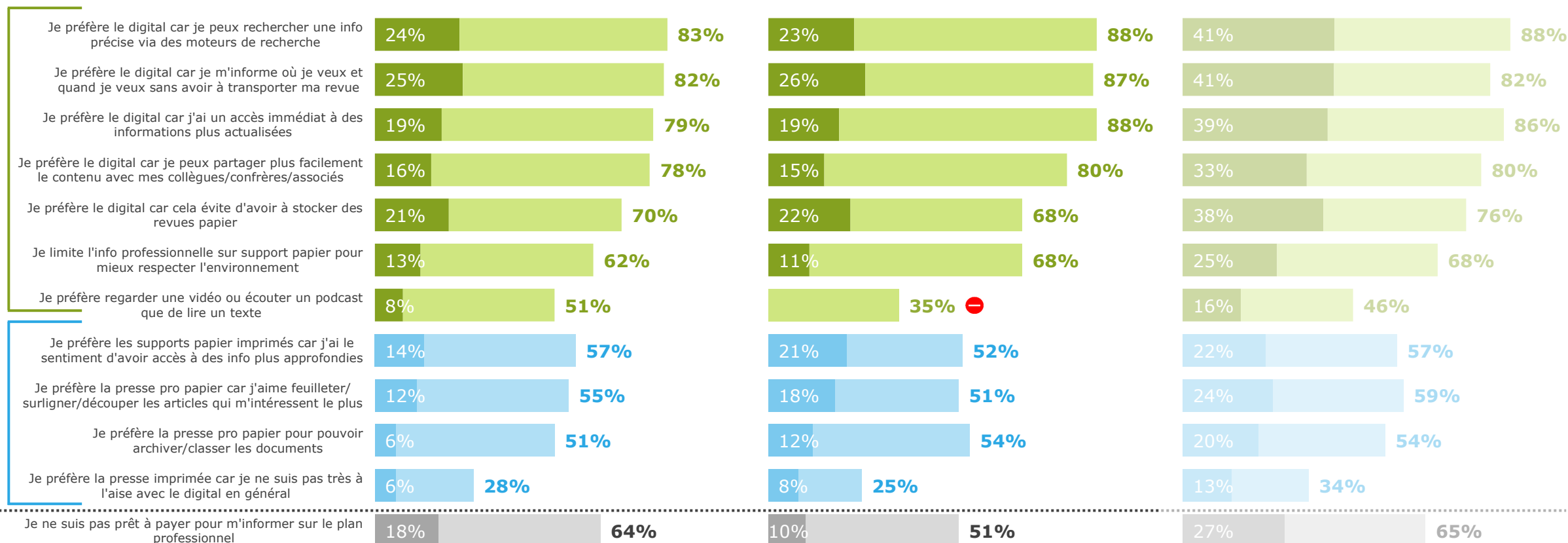
Actifs secteur agri.  
lecteurs réguliers  
de presse pro

Actifs  
Lecteurs réguliers  
de presse pro

Affirmations  
sur le digital



Affirmations  
sur le papier



# CONCLUSIONS

- La **presse professionnelle bénéficie d'une bonne image** auprès des personnes exerçant dans le secteur agricole. En effet, elle est perçue comme crédible, et par rapport aux autres sources d'informations elle est jugée comme plus experte, davantage contributive à la formation professionnelle, couvrant mieux l'actualité... Malgré ces différents atouts, ce n'est pas la source d'information la plus utilisée aujourd'hui. Bien que consultée par 89% des actifs du secteur, elle se fait devancer par les **échanges avec les collègues** (utilisé par tous) et se fait égaler par **les supports internes à l'entreprise** qui sont davantage utilisés régulièrement.
- L'information professionnelle est aujourd'hui essentiellement consultée de manière digitale (44%) ou dans une moindre mesure en présentiel (28%), le **support papier est en retrait** (22%). L'utilisation des supports papier a diminué au cours des dernières années (plus de la moitié ont diminué cet usage) et elle va continuer à baisser (1/3) au profit notamment du digital qui est maintenant bien adapté pour se former (91%).

LA PRESSE PROFESSIONNELLE EST UNE SOURCE D'INFORMATION ESSENTIELLE POUR SE FORMER SELON LES PERSONNES EXERÇANT DANS LE DOMAINE AGRICOLE. NÉANMOINS, ELLE EST UN DES MOYENS D'INFORMATION PARMIS DE NOMBREUX AUTRES MALGRÉ SES NOMBREUX ATOUTS (CRÉDIBILITÉ, EXPERTISE...).

LES ENJEUX : VALORISATION DES ATOUTS +++ POUR SE DISTINGUER

