

L'objectif

Le projet vise à co-construire et mettre en œuvre une **stratégie de communication**, à la fois **multi-cibles**, **partagée** entre partenaires et **centrée sur l'adhésion à l'agroécologie**.

Cette stratégie a été bâtie au travers des actions suivantes :

- Etablir un **consensus de communication** avec un groupe de partenaires volontaires pour cibler la vision, les valeurs, les engagements communs autour de l'agroécologie
- Elaborer les **éléments de langage**, résultant de ce consensus, pour communiquer d'une seule et même voix
- Concevoir une **signature graphique et textuelle** exprimant l'engagement positif sur l'agroécologie
- Proposer un **plan de communication budgété** sur plusieurs années permettant de planifier et ensuite de mettre en œuvre des actions multipartenariales

Les cibles

- Les agriculteurs en priorité
- Les acteurs du développement agricole
- Le grand public

Le projet

Selon le profil des partenaires mobilisés autour de ce projet, le concept « **d'Agroécologie** » **ne résonne pas de façon identique pour tous** et a nécessité de bien **s'accorder pour partager un consensus commun**.

C'est pourquoi, le projet s'est appuyé sur les compétences de l'agence COMMUNICANTE pour entériner cette démarche de communication multipartenariale.

C'est par le biais d'entretiens individuels avec le groupe de partenaires volontaires et de deux séquences de travail collaboratives, que COMMUNICANTE a su identifier :

- les bases communes de la communication sur l'agroécologie
- les cibles prioritaires vers qui communiquer
- une stratégie de communication à adopter pour être audible.

C'est par un travail d'écoute, d'analyse et de questionnement que la signature « **L'Agroécologie, des agricultures, des solutions** » a pu être co-construite comme reflet du consensus obtenu. Cette signature signifie que les partenaires de la démarche partagent une vision et des valeurs sur le sujet de l'agroécologie (cf. illustration page suivante).

Pour outiller la démarche et lui donner une identité visuelle, **un logo et une charte graphique** ont été élaborés. Un **plan de communication** a également été proposé pour envisager des pistes d'actions à mener de façon multipartenariale.

Lors de la restitution de ces travaux auprès de l'ensemble des partenaires du PPR et des instances de gouvernance normandes, différentes remarques concernant la signature et le logo ont été formulées et nécessitent encore d'être prises en compte.

En perspectives pour l'année 2020 : finaliser ces derniers travaux avec le groupe de partenaires, identifier ceux qui sont prêts à porter le message et à se lancer dans de premières initiatives de communication partagée, et se mettre d'accord sur la manière de le faire.

Une action du PRDAR financée par



En partenariat :
Lycées agricoles (SRFD-DRAAF)



Les chiffres clés

Projet « Communication » intégré au PPR comprenant une vingtaine d'acteurs dont 10 mobilisés dans la production de :

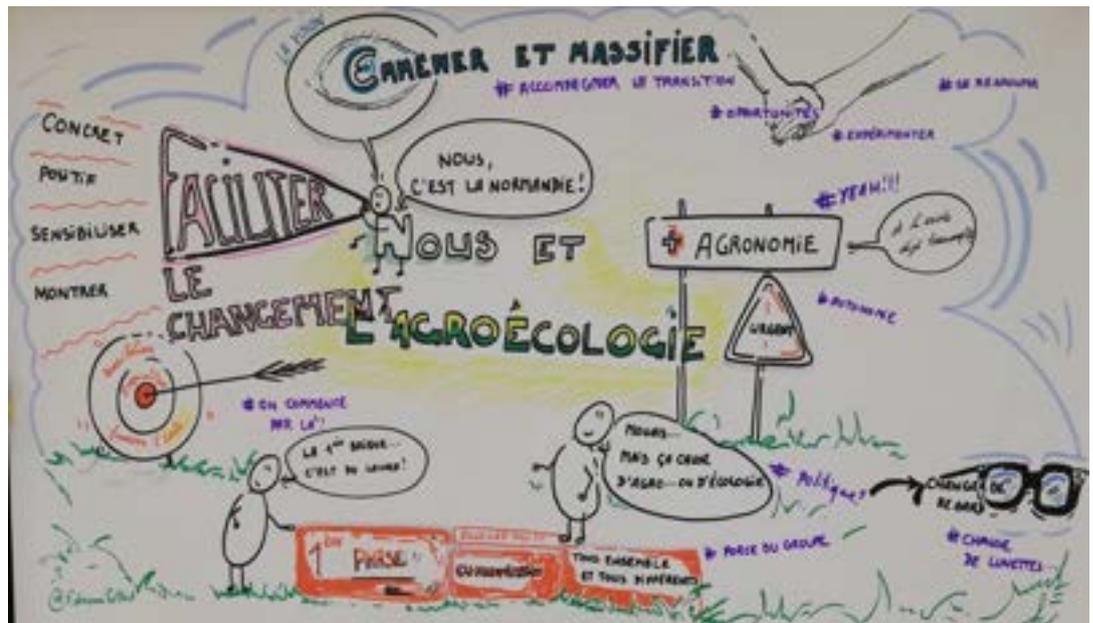
- Un socle de communication partagé, décliné sous la forme d'une signature
- Une charte graphique et une charte des partenaires (à finaliser)
- Un plan de communication budgété

3 restitutions réalisées aux partenaires du PPR normand dont une en COREAMR IRD.

Finalisation des travaux à poursuivre et suites à donner en 2020

En image

Recherche d'un consensus : restitution illustrée de l'une des séquences de travail avec les partenaires



Déclinaison graphique de la signature (à finaliser) :



En savoir plus

Objectif Communication du « *Projet Pilote Régional* » du PRDAR Normand

Julie ZANNETTY
Chambres d'Agriculture de Normandie
Chargée de mission Ecophyto - chargée de projet
Unité Evolution des Pratiques - DIRD
02 31 47 22 90
julie.zannetty@normandie.chambagri.fr

Le PRDAR Normand 2014-2020.

La triple performance au service d'une agriculture durable.

A découvrir sur www.chambre-agriculture-normandie.fr