



## FOURNISSEURS

**ENTREPRISE  
TERRES DE  
COMMUNICATION**

**Chiffre d'Affaires (2017) :**  
0

**Effectif (2017) :** 8

**Pays (siège social) :**  
France

**Site internet :** (site de la  
marque filière)

<http://www.terresoleopro.com/>

**Contact :**  
Florence DOAT-MATROT  
Directrice  
[f.doat-matrot@prolea.com](mailto:f.doat-matrot@prolea.com)  
+33 1 40 69 48 46



## TERRES OLEPRO, une marque pour soutenir l'agriculture française

### CONTEXTE

Dans un contexte de crises agroalimentaires et environnementales, et parce que notre dépendance aux protéines est un enjeu majeur, les acteurs de la filière des oléoprotéagineux ont décidé de redonner du sens à leur filière. Ils ont décidé de reprendre la main sur leur communication en expliquant le quotidien du monde agricole, leur savoir-faire, leurs bonnes pratiques, la richesse de leurs cultures et recréer un lien direct avec le consommateur. Ainsi, ils répondent à de nombreuses interrogations que le consommateur se pose sur les produits alimentaires (origine, transparence, naturalité, respect de l'environnement...).

### OBJECTIF(S)

Afin de répondre à ces interrogations du grand public, la filière s'est fixée pour objectifs :

- identifier les plantes riches en huiles ou en protéines dans les produits du quotidien, grâce à un logo
- faire de la pédagogie sur les cultures et leurs applications
- expliquer le métier d'agriculteur
- assurer des débouchés aux agriculteurs
- valoriser une filière nationale dynamique et moderne

### DÉMARCHE

#### 1. La réflexion stratégique et la naissance d'une marque

La marque Terres OléoPro a été créée grâce à l'union des 4 organismes complémentaires de la filière : l'interprofession Terres Univia, le centre technique Terres Inovia, la fédération française des producteurs d'oléagineux et de protéagineux FOP et la société d'investissement du groupe Avril, Sofiprotéol.

La création d'une marque par une filière agricole est apparue comme un moyen pertinent de s'adresser au consommateur et de recréer ce lien direct agriculteur-consommateur.

La marque doit aider à rétablir la juste réalité des agriculteurs, par une totale transparence de leur quotidien et maintenir cette confiance qu'ont les consommateurs dans le monde agricole.

#### 2. Rédaction d'un cahier des charges

Sur les cultures colza et tournesol (cultures principales de la filière) engageant tous les maillons : agriculteur, stockeur, usines et marques sur des garanties comme :

- des graines cultivées en France dans le respect des pratiques culturales raisonnées (prise en compte de l'empreinte écologique et du capital sol)
- le respect des ressources en eau
- des bonnes pratiques de stockage et de transformation pour assurer la qualité des graines et des produits finis
- des rejets en CO<sub>2</sub> maîtrisés
- la santé des Hommes

Pour en savoir plus

<http://www.terresoleopro.com/la-marque/nos-garanties>

### 3. Le déploiement d'une identité graphique et d'actions de communication

- Digital
  - ✓ site internet
  - ✓ réseaux sociaux
  - ✓ création d'une websérie de 45 épisodes sur le monde agricole « Paroles de Terres »
- Publicité : campagnes dans la presse papier
- Editions : création de supports pédagogiques et d'une mallette pour les scolaires
- Événementiel : stand au Salon de l'agriculture et lors d'événements en régions
- Newsletters à destination des IAA...

### 4. Recherches de marques partenaires

Si celles-ci incorporent des plantes riches en huiles ou en protéines dans leurs produits et si elles respectent le cahier des charges, elles peuvent alors porter le logo Terres OléoPro. et bénéficier d'un avantage concurrentiel

### FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- TOP apporte de l'information et de la réassurance par la transparence et la qualité et répond ainsi aux attentes des consommateurs
- Promotion de toute une filière, création de valeur partagée et produits garantis origine France
- Réappropriation de l'image et de la communication du monde agricole

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES POUR LA FILIERE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonisation de la communication de la filière</li> <li>• Meilleure coordination entre toutes les structures de la filière</li> <li>• Légitimité de Terres de Comm, structure experte en communication grand public</li> <li>• Etendue et diversification des missions confiées à Terres de Comm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renforcer la visibilité de la filière auprès du consommateur et recréer le lien agri-conso</li> <li>• Soutenir l'agriculture française en expliquant le métier d'agriculteur et des bonnes pratiques agricoles</li> <li>• Assurer une meilleure transparence sur l'origine des produits</li> </ul>