

LES NOUVEAUX  
CEREALIERES

PRODUCTEUR

ENTREPRISE

**Nom entreprise : AGPB  
(Association Générale  
des Producteurs de Blé  
et autres céréales)**

**Chiffre d'Affaires (2019) :**  
/

**Effectif (2019) :** 250  
participants au conseil  
d'administration

**Pays (siège social) :**  
France

**Site internet :**  
<https://lesnouveauxcerealiers.fr/category/societe/>

**Contact :**  
01.44.31.10.00



## LES NOUVEAUX CEREALIERES, communiquer sur la réalité du métier

### CONTEXTE

La France est le premier exportateur mondial de céréales à paille et le premier exportateur de blé en Europe. Elle est le cinquième producteur mondial de cette céréale. 50% du blé tendre produit est exporté. 110 000 producteurs français sont en grandes cultures, et les trois quarts des agriculteurs du pays cultivent des céréales. Un tiers de la surface agricole nationale est dédiée à la culture de céréales.

AGPB, l'Association générale des producteurs de blé et autres céréales, représente les céréaliers. Elle a lancé en 2019 une campagne de communication baptisée LES NOUVEAUX CEREALIERES.

### OBJECTIFS

- Montrer l'engagement des céréaliers pour la qualité de la production.
- Communiquer de manière transparente sur les thèmes : nourrir, protéger, innover, terre, qualité, fierté, vocation...
- Représenter les agriculteurs de la filière céréalière.
- Contrer les préjugés et les idées reçues sur l'agriculture.
- Redonner de la fierté aux céréaliers.



### DÉMARCHE

Face aux inquiétudes et aux exigences croissantes des citoyens sur l'alimentation et l'environnement, l'Association générale des producteurs de blé et autres céréales a décidé d'innover dans sa communication. Elle a donc initié en 2019 la campagne « LES NOUVEAUX CEREALIERES ». Celle-ci s'inscrit dans une nouvelle stratégie pour « engager l'écosystème agricole vers la reconquête de sa compétitivité et de son image au travers de la certification environnementale ». Cela contraste avec la simple dénonciation des contraintes réglementaires jugées excessives, ou d'une vision punitive de la protection de l'environnement.

Cette campagne est incarnée par cinq producteurs de différentes régions françaises. Leurs portraits, leurs parcours et leurs expériences sont présentés sur divers canaux : site Internet et réseaux sociaux. De plus, la campagne a été diffusée dans des journaux gratuits parisiens comme 20 Minutes.

L'initiative a pour but de montrer que les céréaliers sont attachés à la terre et responsables sur tous les aspects, à la fois économiques, environnementaux et sociaux. Elle présente les engagements de la filière. Par exemple sur le plan environnemental, la certification HVE (haute valeur environnementale) est présentée dans un article décrivant ses principes et donnant la parole à un agriculteur engagé dans cette démarche.

Le site comprend des articles et des vidéos sur les enjeux sociétaux, l'économie de la filière, la qualité, l'environnement ou encore la recherche et l'innovation.

Pour en savoir plus

<https://www.terre-net.fr/actualite-agricole/politique-syndicalisme/article/les-nouveaux-cerealiers-attendent-le-soutien-de-l-etat-pour-monter-en-gamm-205-145043.html>

<http://agpb.fr>

[https://twitter.com/AGPB\\_Cerealiers](https://twitter.com/AGPB_Cerealiers)

## FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS

- Communication sur plusieurs canaux : site internet, réseaux sociaux (twitter, YouTube, Facebook), journaux.
- Messages positifs sur des thèmes concernant les citoyens : alimentation, environnement...

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES POUR LA FILIERE
<ul style="list-style-type: none"><li>• Augmentation de la visibilité de l'AGPB et de ses partenaires (FNSEA, Arvalis institut du végétal, coopératives...).</li><li>• 4 millions de vues des vidéos des nouveaux céréaliers et 10 millions de vues des portraits dans le journal 20 minutes en 2019.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Amélioration de l'image de la filière céréalière française.</li><li>• Motivation supplémentaire des producteurs via la valorisation de leur travail.</li><li>• Vocations pour assurer l'agriculture de demain.</li><li>• Mise en avant de pratiques vertueuses comme la certification environnementale, qui peuvent servir de modèles pour les acteurs de la filière.</li></ul>

*Ce document a été réalisé par les membres d'AgroParisTech Service Etudes.*

