

édito

L'observatoire SYRPA / Semences & Progrès des professionnels et métiers de la communication en agriculture est né !

Le SYRPA regroupe 300 femmes et hommes, tous professionnels de la communication en agriculture. Il était donc normal que ce soit le SYRPA qui initie un outil permanent d'observation de ceux qui, au quotidien, font la communication en agriculture. C'est de cette idée simple qu'est né, en association avec la revue Semences & Progrès, cette première édition de "l'Observatoire SYRPA / Semences & Progrès des professionnels et métiers de la communication en agriculture".

En créant cet observatoire, nous voulons doter la profession d'un outil de référence et ainsi offrir à tous une meilleure vision de la réalité de la communication en agriculture.

De vague en vague (tous les deux ans a priori), nous bâtirons un outil au service de tous, permettant à chacun de se

situer face à l'expérience de ses confrères, dans la réalité de son environnement professionnel.

Si cette première vague présente tous les défauts d'un démarrage (pas d'analyse en terme d'évolution, des approches améliorables, ...), elle n'en constitue pas moins une réponse fidèle aux objectifs de ses initiateurs.

C'est pourquoi, nous sommes heureux et fiers de vous présenter en avant première ces quelques résultats extraits d'un rapport de plus de 160 pages !

Bonne lecture

Philippe Pelzer
Vice-Président du SYRPA
Responsable de la Commission
Observatoire

Le fruit d'un vrai partenariat

Sans un vrai partenariat, l'Observatoire n'aurait jamais vu le jour. Il est né de la rencontre de la réflexion des équipes du SYRPA et de l'enthousiasme de celle de François Hacquin, Directeur de Semences & Progrès qui nous a donné les moyens de mener à bien ce travail. Il faut également souligner l'apport de la société d'étude EIDER qui en a assuré la réalisation concrète et enfin d'Eric Schlusshuber qui en a assuré la conception méthodologique et l'analyse.

Enfin je tiens tout particulièrement à remercier Philippe Pelzer dont l'énergie a permis d'assurer la mobilisation de tous et la réalisation dans les délais de cet outil ambitieux.

Merci à tous

Yolande Bertrand-Laborde
Présidente du SYRPA

**Semences
et Progrès**

SYRPA

COMMUNICATION
AGRICULTURE
P R E S S E

Eider
LABORIT MARKETING

La méthodologie de l'observatoire

Cette première édition de l'observatoire SYRPA / SEMENCES & PROGRES des professionnels et métiers de la communication en agriculture a été réalisée à l'automne 2002. Il est basé sur l'analyse des réponses de 173 "communicants" (73 questionnaires auto-administrés et 100 questionnaires téléphoniques). Cet échantillon représente les hommes et femmes qui ont pour mission (au moins partiellement) de valoriser en interne ou en externe les produits, les services ou l'image de leur employeur. Il ne concerne donc ni les prestataires qui accomplissent des missions de communication pour le compte de leurs clients, ni les rédacteurs techniques, ni les médias.

Le traitement informatique et statistique des données a été réalisé par la société EIDER. L'examen des réponses des 173 interviewés a été complété par deux approches basées sur l'utilisation de techniques d'analyse multi-dimensionnelles :

- En premier lieu une typologie permettant de définir les quatre profils types de la population. Une typologie vise à constituer des groupes les plus homogènes possibles et les plus différents les uns des autres et ceci sur l'ensemble des données prises en compte*
- L'autre approche retenue était une segmentation (Analyse de variance selon une approche de type A.I.D.) visant à déterminer quels sont les facteurs les plus explicatifs de la variabilité de la rémunération des communicants.*

Eric Schlüsselhuber

Responsable de la méthodologie et de l'analyse

Les communicants ...

De vrais responsables compétents et souhaitant le demeurer

54 % des communicants ont une formation agricole et 36 % ont une formation en communication, qui dans un cas sur deux a été réalisée dans le cadre d'une formation continue. 75 % des communicants en agriculture possèdent une formation supérieure. Celle-ci est agricole dans 43 % des cas.

Par ailleurs 44 % ont suivi une formation continue.

Ils ont en moyenne 18 ans d'expérience dont 8 ans dans la communication. Ils ont connu 3 employeurs. 71 % d'entre-eux encadrent une équipe.

66 % de leur temps de travail est consacré à leur mission de communication.

Des budgets diversifiés

Le budget communication de leur structure est en moyenne de 133.000 euros, dont 73 % leurs sont réellement délégués. En moyenne ce budget est réparti équitablement entre

actions locales, actions nationales et actions internationales. Plus de 50 % de ce budget est destiné à des actions institutionnelles, 1/4 à des actions produit et 1/6 à des actions internes.

Enfin ce budget est consacré à 44 % à des actions orientées vers les agriculteurs et 27 % vers d'autres cibles "agricoles" (distribution, prescription, OPA, ...).

Mais des responsables éprouvant des difficultés

Bien que 72 % des répondants s'estiment correctement reconnus et valorisés dans leur structure, la quasi totalité évoque les difficultés d'exercice de leur métier.

Un sur quatre environ estime que leur mission est mal jugée et 45 % évoquent des contraintes organisationnelles qui pèsent sur le succès de leur mission : management déficient, absence de vraie stratégie, insuffisance de moyens et de personnel, ... Ces difficultés sont aussi financières dans 25 % des cas ou techniques dans 29 %. De plus, 29 % évoquent un surplus continu de travail difficile à gérer.

C'est pourquoi, bien que très majoritairement satisfaits de leur travail, près d'un répondant sur deux n'imagine pas de possibilité d'évolution de carrière chez son actuel employeur. Pire, un sur quatre pense même quitter le domaine de la communication.

Type C : 31 % "Les communicants produits"

Ce sont des cadres marketing / ventes d'industriels (IAA ou IAF) disposant de moyens et de responsabilités importants.

Généralement ils ont une bonne expérience et une formation supérieure agricole. Dans leur métier la communication et la promotion sont des leviers qu'ils doivent maîtriser pour assurer leurs objectifs concernant les gammes dont ils ont la responsabilité.

Ils expriment le plus souvent satisfaction et intérêt pour une mission polyvalente mais secondaire. Leur rémunération moyenne est de 42 K euros brut / an et 37 % d'entre-eux

Fonctions pas uniquement dédiées à la communication

Type A : 16 % "Les communicants occasionnels"

Ce sont des responsables (direction ou administration) de distributeurs ou petits industriels ayant une action rarement nationale. Ils ont le profil le moins "communicant de haut de gamme" au sens strict mais il s'agit aussi de la population la plus hétérogène.

Ils expriment une satisfaction globale vis-à-vis de l'exercice de leur mission de communication du fait de leur position (Direction) et / ou du fait qu'il s'agit d'une activité "secondaire" permettant une ouverture.

Leur rémunération moyenne est 49 K euros brut par an. Ils se distinguent aussi par le fait d'avoir, dans 40 % des cas, une rémunération variable.

Responsables d'actions plutôt nationales / internationales

Type D : 31 % "Les grands communicants"

Ils sont les plus "pro" de la communication. Ils ont les profils les plus haut de gamme (Ingénieur avec formation communication en complément), les plus grandes responsabilités (ex. : institutionnel à l'échelle internationale) et sont confrontés aux missions les plus complexes et aux outils les plus diversifiés (yc net).

Il s'agit typiquement d'un "directeur de la communication" chez un industriel ou chez un institutionnel à l'échelle nationale. Ils ont logiquement la rémunération moyenne la plus élevée (58 K euros brut par an mais avec peu de variable) ce qui ne les empêche pas

Fonctions uniquement dédiées à la communication

Type B : 23 % "Les communicants locaux"

Ils sont de vrais spécialistes de la communication, notamment institutionnelle. Leur fonction est dédiée à ces missions et leur profil est souvent spécialisé. Ils travaillent dans des structures locales (ex. : chambres d'agriculture).

Ils ont le profil le moins "agricole", sont jeunes, très diplômés (y compris en communication). On notera aussi qu'ils ont une forte pratique de la formation continue

Ils expriment souvent une insatisfaction liée à leur manque de moyens, voir de reconnaissance et de ce fait espèrent souvent changer d'employeur. Leur

Responsables d'actions de communication plutôt locales et régionales

Une typologie définissant les 4 profils types de communicants

Communicants ...

testez votre rémunération en 4 questions !

En premier lieu faites ce petit test en suivant bien l'ordre indiqué :

Après avoir fait le test comparez-vous à vos collègues :

- 1) Etes-vous PDG / DG ou gérant de votre structure ?
si oui : vous appartenez au **SEGMENT N° 1** (voir ci-contre)
si non : répondez à la **question n° 2**
- 2) Avez-vous plus de 10 ans d'expérience professionnelle ?
si oui : répondez à la **question n° 3**
si non : répondez à la **question n° 6**
- 3) Votre employeur est-il soit un industriel (agro-fourriture ou agro-alimentaire), soit le siège national d'une Organisation Professionnelle Agricole ?
si oui : répondez à la **question n° 4**
si non : répondez à la **question n° 5**
- 4) Travaillez-vous soit dans l'agglomération parisienne soit dans l'agglomération lyonnaise ?
si oui : vous appartenez au **SEGMENT N° 2** (voir ci-contre)
si non : vous appartenez au **SEGMENT N° 3** (voir ci-contre)
- 5) Encadrez-vous au moins deux salariés ?
si oui : vous appartenez au **SEGMENT N° 4** (voir ci-contre)
si non : vous appartenez au **SEGMENT N° 5** (voir ci-contre)
- 6) Votre employeur est-il soit un industriel (agro-fourriture ou agro-alimentaire), soit le siège national d'une Organisation Professionnelle Agricole ?
si oui : vous appartenez au **SEGMENT N° 6** (voir ci-contre)
si non : vous appartenez au **SEGMENT N° 7** (voir ci-contre)

SEGMENT 1 : La rémunération moyenne est la plus élevée (62 K euros brut / an) mais est très hétérogène (80 % se situent entre 33 et 91 K euros brut / an)

SEGMENT 2 : Egalement une rémunération élevée (62 K euros brut / an) mais plus homogène (80 % se situent entre 46 et 78 K euros brut / an)

SEGMENT 3 : Encore un segment nettement au dessus de la moyenne (52 K euros brut / an et 80 % se situent entre 33 et 71 K euros brut / an)

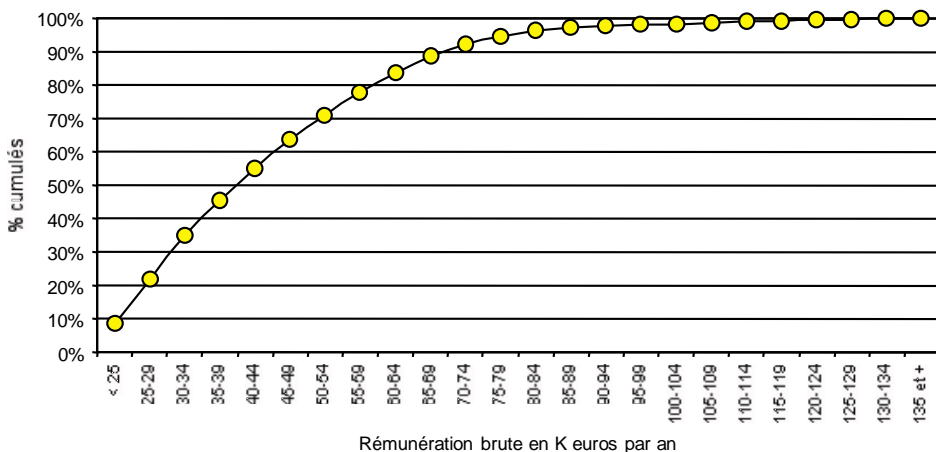
SEGMENT 4 : Légèrement au dessus de la moyenne (50 K euros brut / an et 80 % se situent entre 40 et 60 K euros brut / an)

SEGMENT 5 : Premier segment au dessous de la moyenne (35 K euros brut / an et 80 % se situent entre 30 et 42 K euros brut / an)

SEGMENT 6 : Une situation comparable (34 K euros brut / an et 80 % se situent entre 31 et 36 K euros brut / an)

SEGMENT 7 : Les rémunérations les plus faibles (26 K euros brut / an et 80 % se situent entre 21 et 32 K euros brut / an)

REPARTITION DE LA POPULATION PAR TRANCHE DE REMUNERATION (moyenne 46 K euros brut / an)



Diffusion / contacts

Les responsables de l'Observatoire SYRPA / SEMENCES & PROGRES des professionnels et métiers de la communication en agriculture seront présents sur le stand du SYRPA au SIMA le 25 février 2003. Les résultats seront présentés et débattus lors de l'assemblée générale du SYRPA le 24 avril 2003 et publiés par notre partenaire SEMENCES & PROGRES. Vos contacts pour tous renseignements complémentaires :

SYRPA : 64 rue de la Boétie 75008 Paris

Philippe Pelzer : ppelzer@union-sda.fr ; Eric Schlusshuber : schlusshuber.27@wanadoo.fr