

AGRI-EXPRESS

# QUELLES PERSPECTIVES POUR L'AGRICULTURE FRANÇAISE DANS UN CONTEXTE DE SORTIE DE CRISE SANITAIRE ?

Partenariat Ipsos-Agriavis

Ipsos Agriculture

Sondage réalisé du 30 mars au 19 avril 2021



# MÉTHODOLOGIE

## RAPPEL du dispositif Agri-express



### MÉTHODE D'ÉCHANTILLONNAGE

- Les agriculteurs ont été sélectionnés sur base du volontariat,
  - soit en accédant au sondage grâce à la bannière publicitaire présente sur le site AgriAvis,
  - Soit en accédant au sondage via la newsletter du site Agriavis.



### CIBLE INTERROGÉE

- 223 agriculteurs ayant leur exploitation en France
- Les agriculteurs doivent avoir répondu à l'ensemble du questionnaire pour être comptabilisés



### COLLECTE

- CAWI par web intercept et invitations par newsletters e-mail.
- Dates de terrain : 30 mars au 19 avril 2021



### TRAITEMENT STATISTIQUE

- Aucune pondération n'a été effectuée
- Analyses sur des cibles particulières :
  - Grandes cultures vs. éleveurs
  - Petites exploitations (<120 ha) vs. grandes exploitations (> 120 ha)
  - Jeunes agriculteurs (< 45 ans) vs. Agriculteurs expérimentés (> 45 ans)

L'AGRICULTURE FRANÇAISE :  
VERS L'IMPASSE OU  
LA RÉUSSITE ?

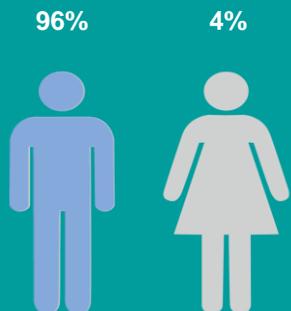
# QUI AVONS-NOUS INTERROGÉ ?

Etude Online – en partenariat avec AgriAvis

Une bonne représentativité régionale malgré quelques écarts

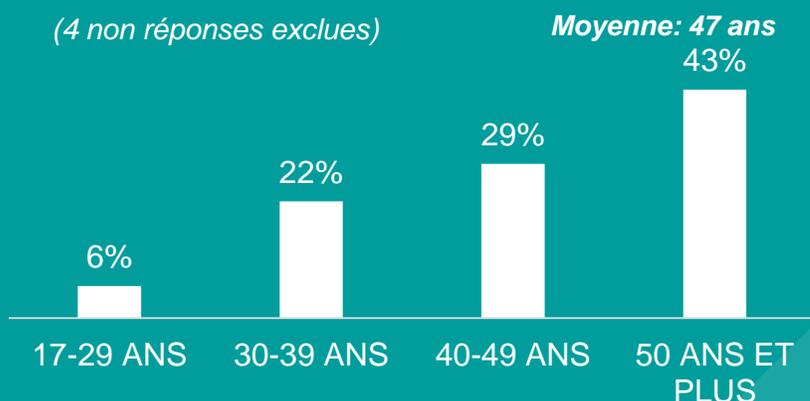
## Genre

(9 non réponses exclues)



## Âge

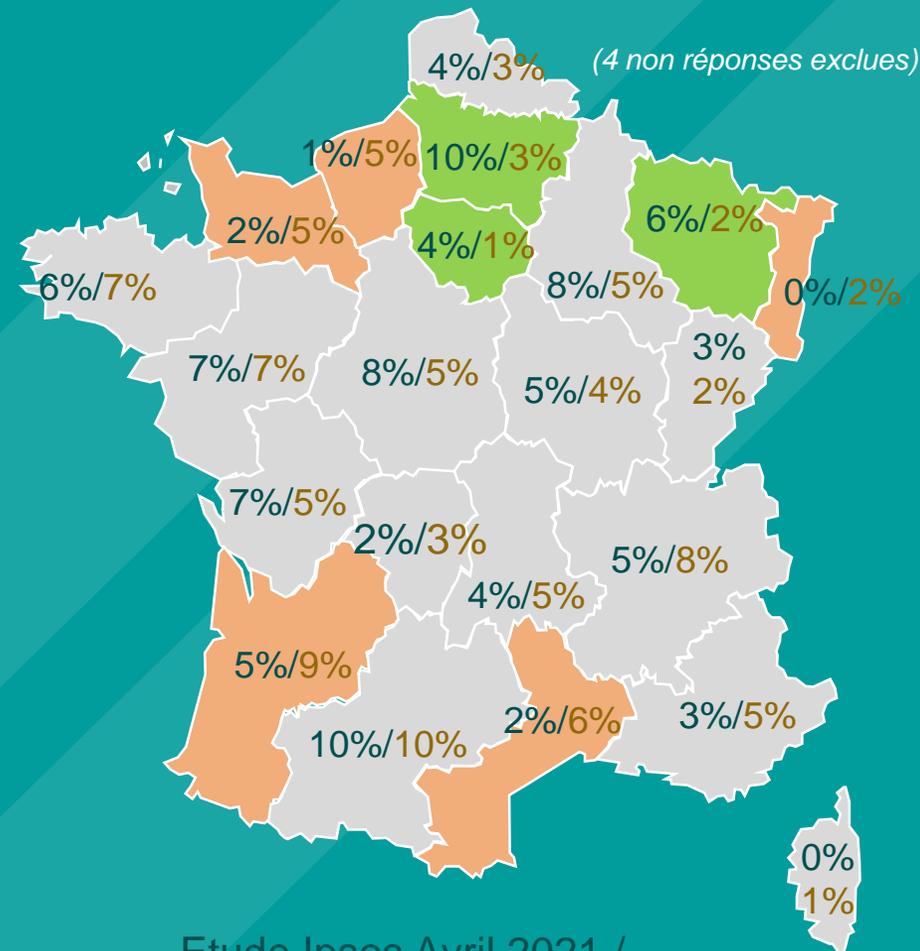
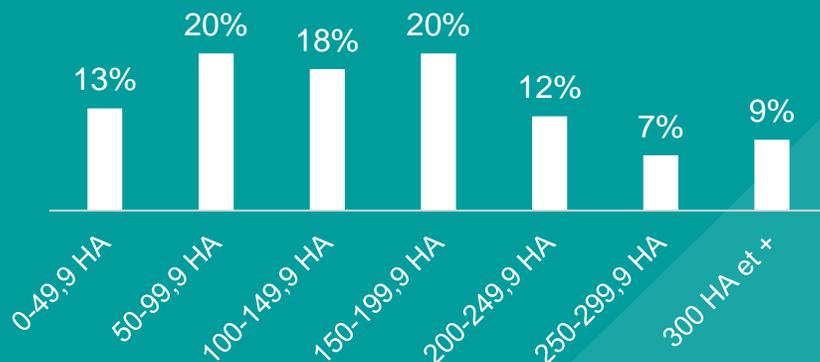
(4 non réponses exclues)



## SAU

(7 non réponses exclues)

Moyenne: 158 HA

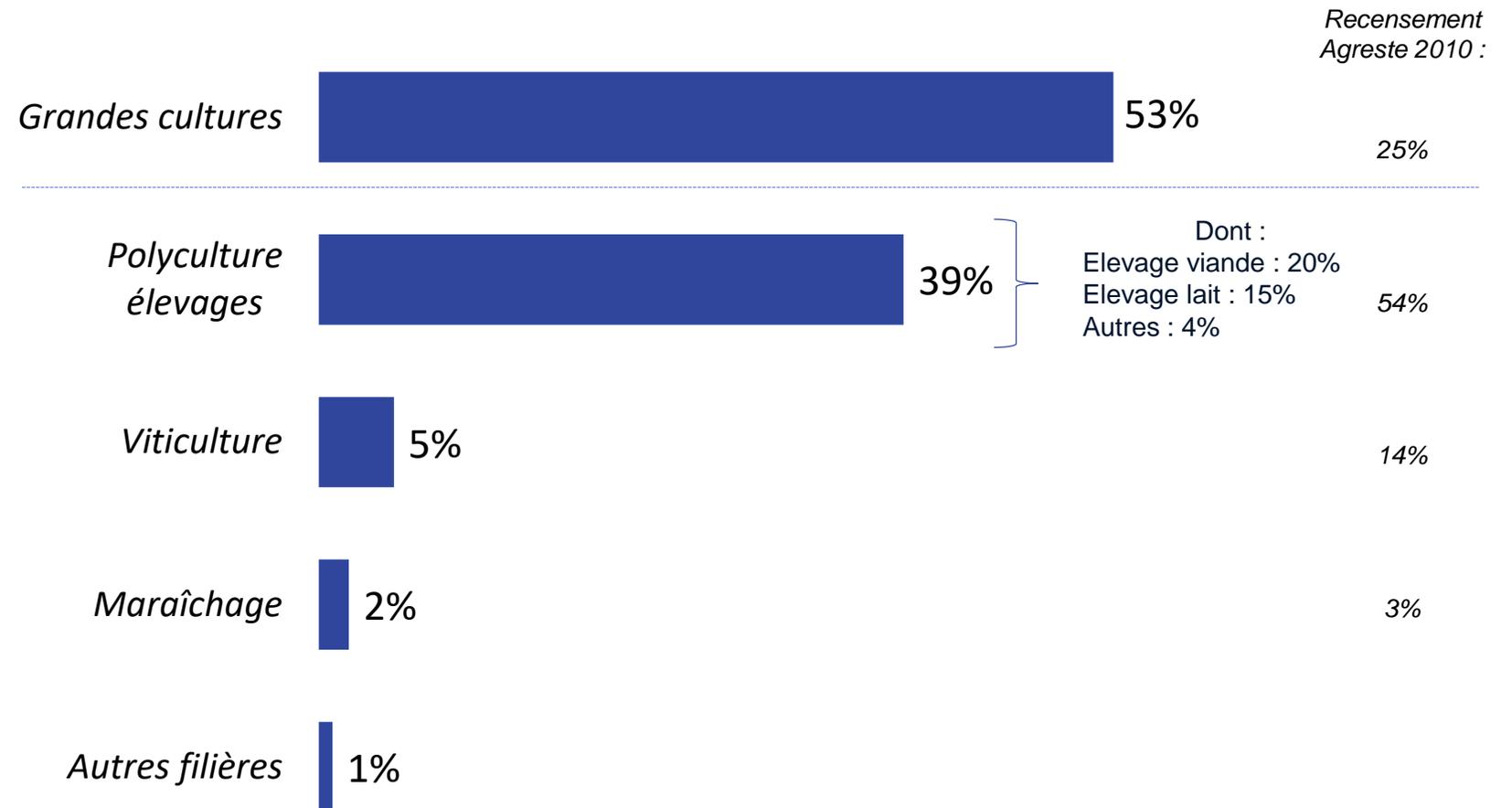


Etude Ipsos Avril 2021 / Eurostat 2013

Base totale: N=224

# FILIÈRES D'APPARTENANCE DES AGRICULTEURS

Grandes cultures et polycultures élevages sont les filières les plus représentées au sein de l'échantillon.



Non réponses : 4 répondants exclus

Base totale: N=220

D3 - A quelle filière agricole diriez-vous que votre exploitation agricole se rattache principalement ?

# Un moral qui replonge après une pointe d'optimisme en 2020

# 1

# ETAT D'ESPRIT ACTUEL – TOTAL ÉCHANTILLON

Plus d'un agriculteur sur deux se dit pessimiste quant au contexte actuel et à la situation de leur exploitation, un chiffre au plus haut depuis 2017 et qui a très largement progressé en comparaison de l'année dernière. La proportion d'optimistes, plus stable, concernent un peu plus d'un agriculteur sur 10.

## 54%

des agriculteurs se disent **pessimistes** dans le contexte actuel

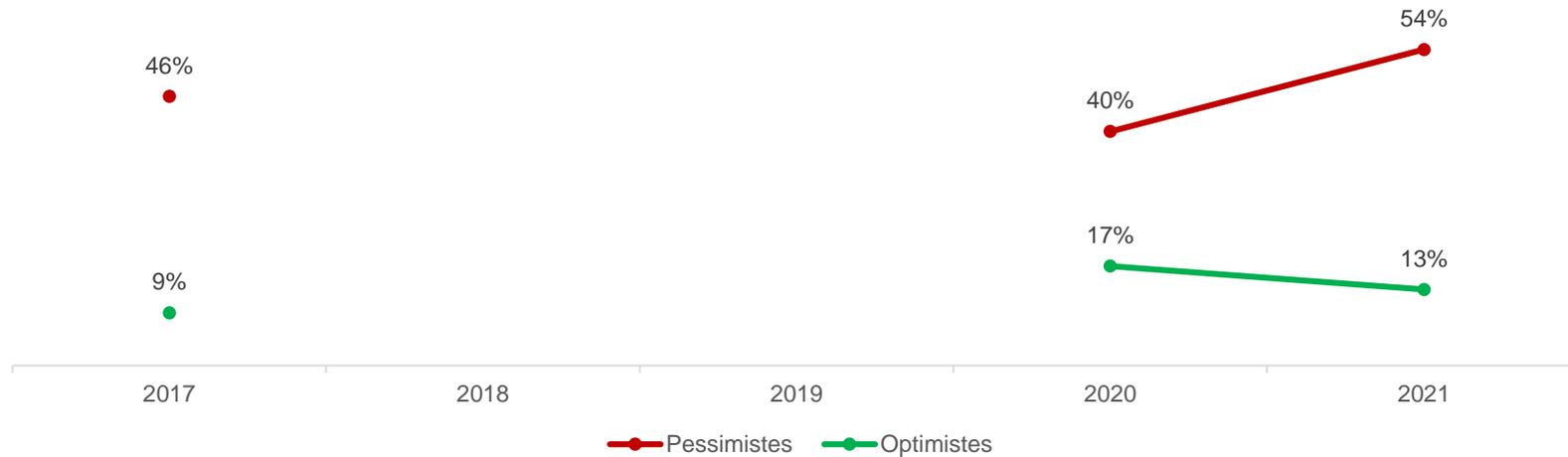
### Toutes filières

Non réponses : 1 répondant exclu

N=223



■ Ne sait pas ■ Très pessimiste ■ Plutôt pessimiste ■ Ni optimiste ni pessimiste ■ Plutôt optimiste ■ Très optimiste



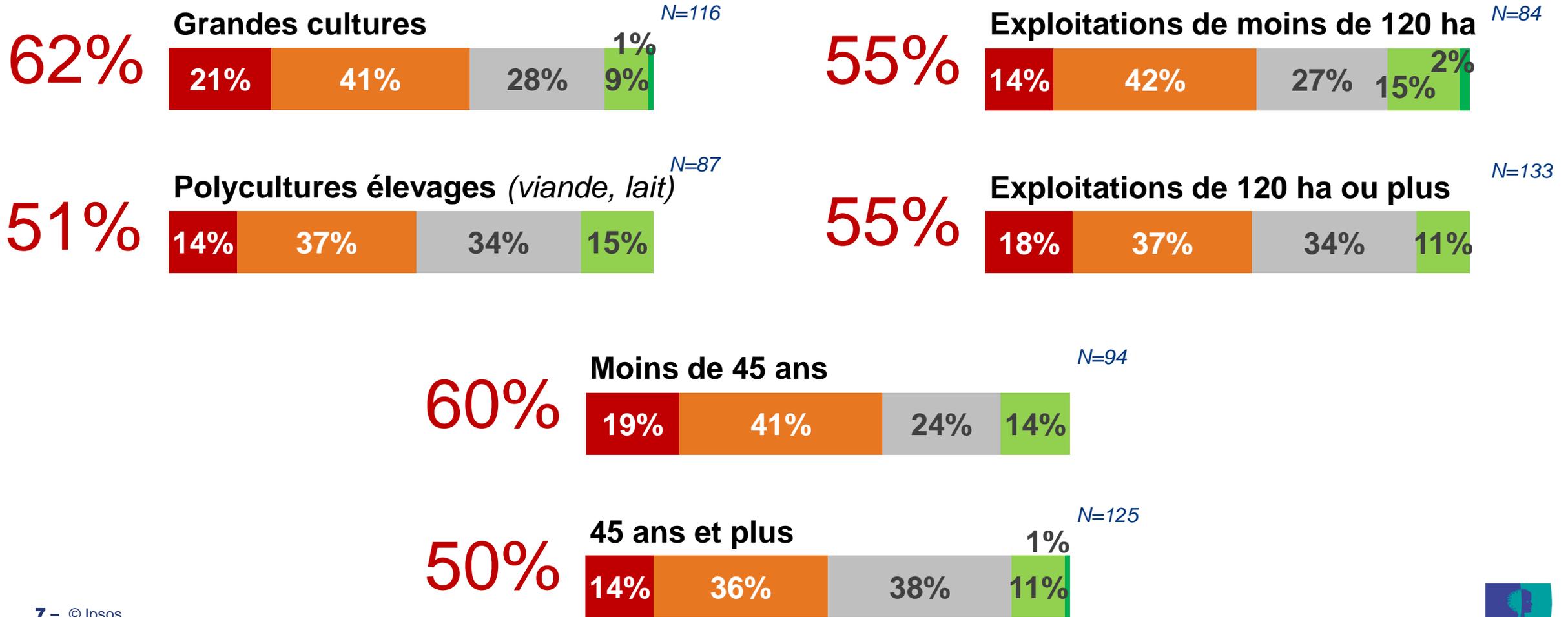
Moral des agriculteurs –  
Février 2017  
N=330

Covid 19 – Avril 2020  
N=247

Enjeux carbone – Avril  
2021  
N=223

# ETAT D'ESPRIT ACTUEL – PAR TYPE D'EXPLOITATIONS

En tendance, un pessimisme plus marqué auprès des jeunes et des grandes cultures qui sont près de 2 sur 3 à l'être. La taille d'exploitation ne semble pas être un facteur jouant sur le moral.



**Les pressions réglementaires, économiques et médiatiques plombent le moral, mais une remise en cause de son modèle est porteur d'espoir**

**2**

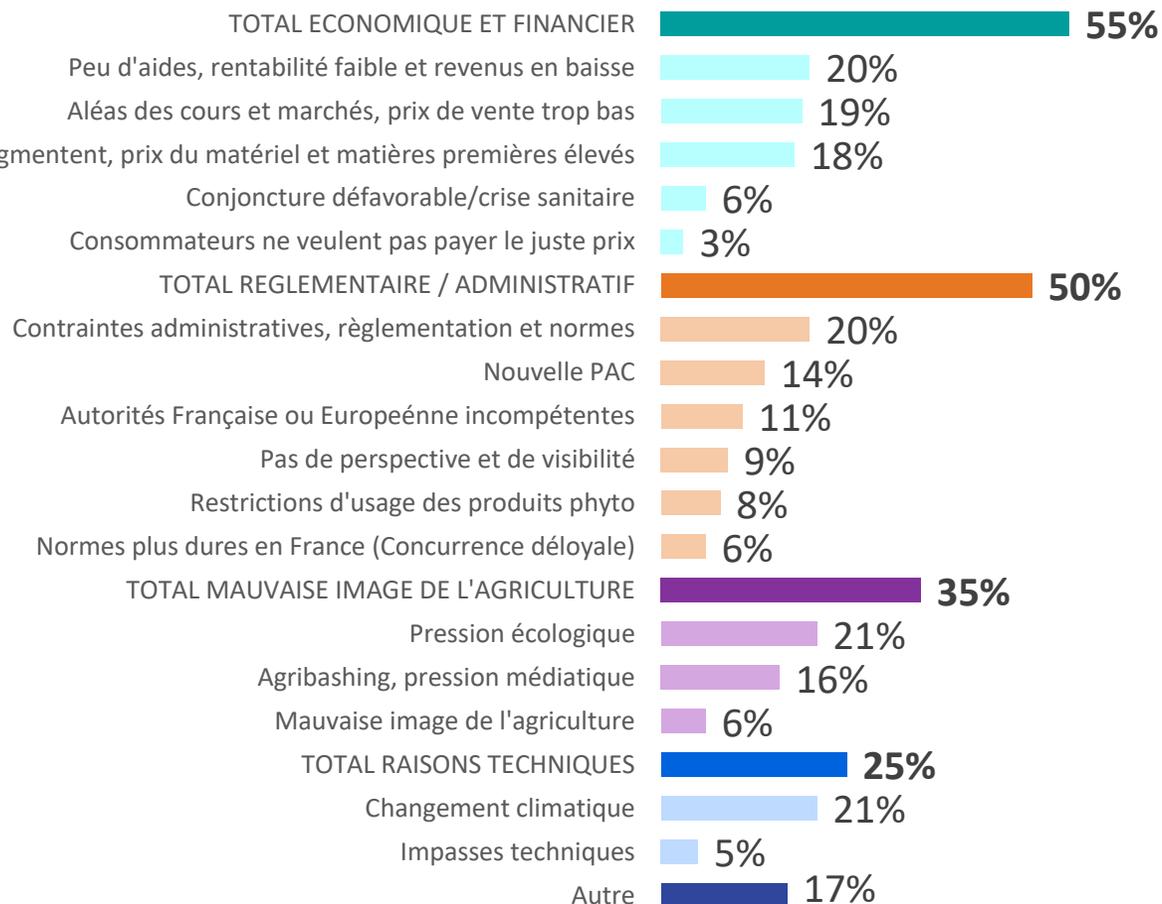
# RAISONS DE PESSIMISMES (SPONTANÉ)

Les difficultés rencontrées sont multiples mais principalement d'ordre réglementaire / administratif ou économique.

## Pessimistes

Nb moyen de réponses: 2,2

N=109  
Non réponses :  
14 répondants exclus



« Les charges augmentent, pas les prix de vente. »

« Prix d'achat qui stagnent voire qui régressent depuis 10 ans et plus. Charges en constante augmentation. »

« Le millefeuille administratif ainsi que les normes franco-françaises nous empêchent d'être compétitif agronomiquement et financièrement. Les normes et règles trop technocratiques trop décalées du terrain conduisent à des règles contre-productives. »

« La pression médiatique et de l'opinion qui jugent l'activité agricole négativement, manipulées par des images détournées et des informations partiales. Le peuple a oublié que l'agriculteur aussi doit avoir un revenu de son travail, et que celui-ci doit évoluer aussi avec le coût de la vie. »

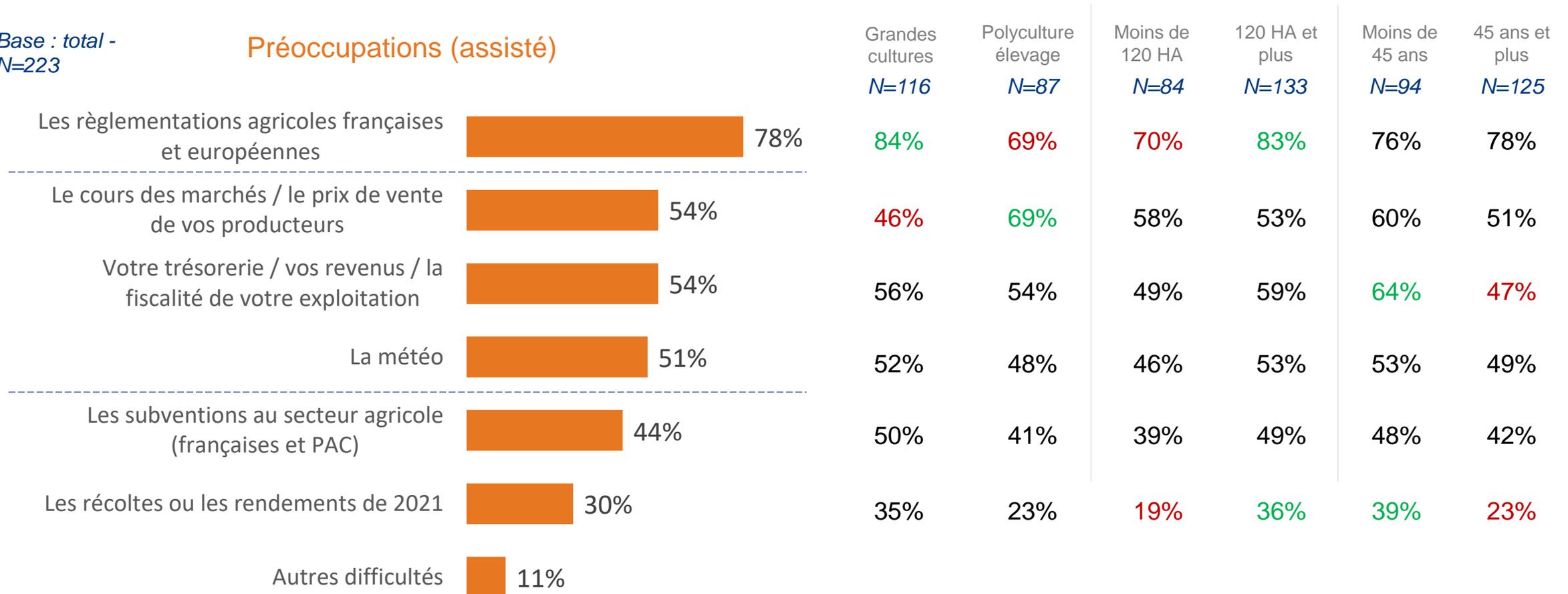
« Impasses techniques dans beaucoup de cultures suite aux retraits de molécules (exemple insecticides colza, betteraves. Pomme de terre, oignons...) »

# PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS (ASSISTÉ)

La pression réglementaire est la principale source de préoccupation, notamment en grandes cultures et pour les exploitations de 120+ha. Singularité des plus jeunes : les finances et la récolte 2021 alors qu'au global exploitations de moins de 120 ha et plus âgés semblent un peu moins préoccupés

Base : total -  
N=223

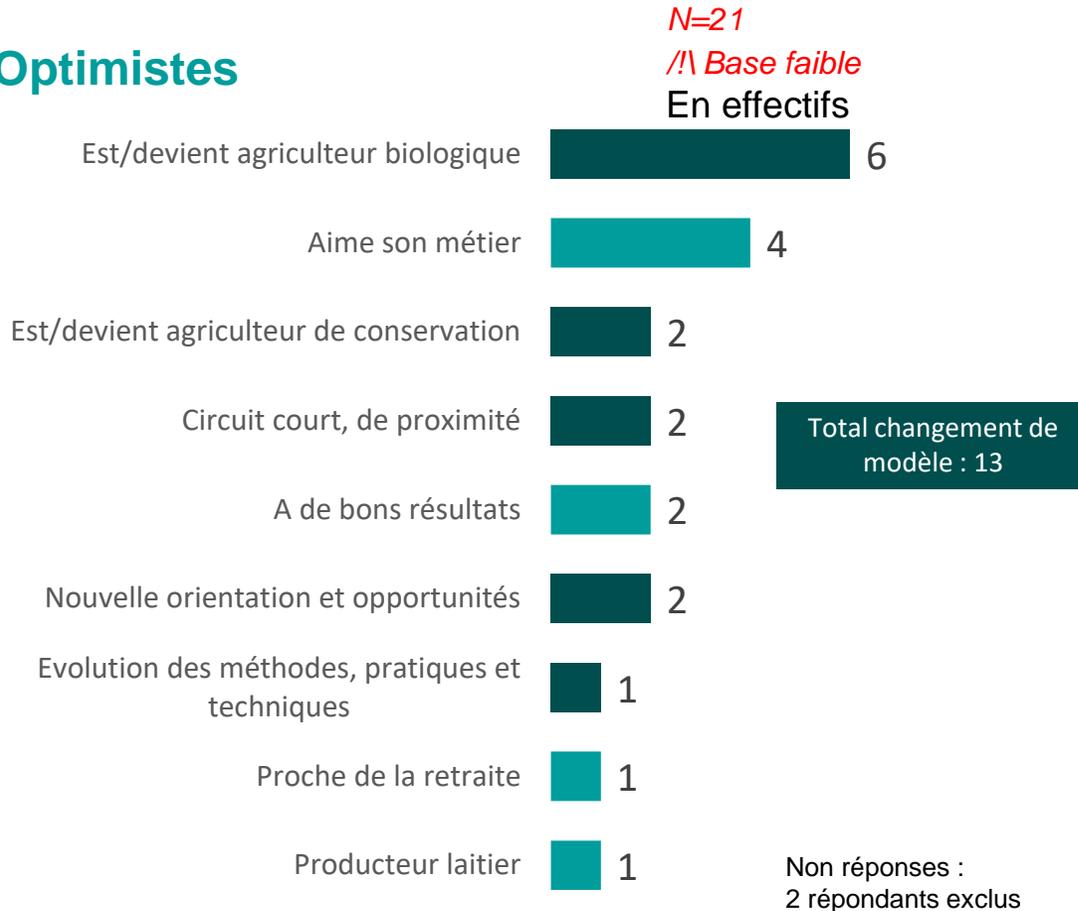
## Préoccupations (assisté)



# RAISONS D'OPTIMISME (ANALYSE QUALITATIVE)

Au-delà de la passion pour le métier, il semble que la transition vers la bio ou le développement de nouvelles pratiques ou de circuits courts sont sources de motivation.

## Optimistes



« Ayant une situation très instable depuis plusieurs années, j'ai pris la décision de changer radicalement la façon de faire de l'entreprise familiale. Je suis passé en bio, ce qui m'a permis de relever un petit peu mon exploitation. Pour le moment, je suis encore en transition. » (Homme, 23 ans, grandes cultures)

« Agriculteur bio, je sens le soutien de la population. De plus, les résultats économiques sont là !! » (Homme, 64 ans, élevage viande)

« Les méthodes, les pratiques et la technique évoluent en élevage et en cultures, ce qui va faire changer le regard de l'agriculture pour le grand public. » (23 ans, élevage viande)

# QUELLES ATTENTES ?

- **Une meilleure valorisation de l'origine France et des filières plus performantes et rémunératrices, distinguées par des labels ou marques**
- **Des affinités selon les profils : les enjeux carbone sont plus porteurs auprès des éleveurs, l'agroécologie auprès des petites exploitations et l'agriculture de précision auprès des plus jeunes**

# 3

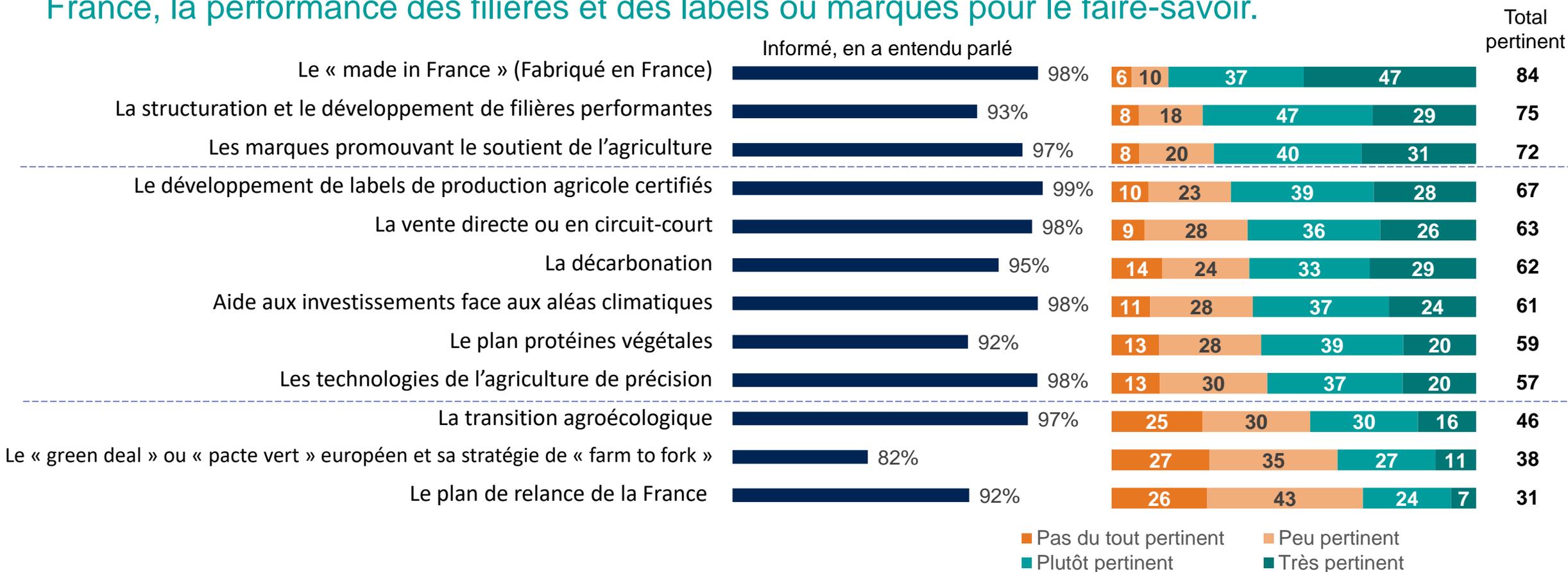
# QUELLES MESURES POUR L'AGRICULTURE FRANÇAISE ?

## 12 mesures testées

Libellés intégraux	Libellés raccourcis
Le « made in France » (Fabriqué en France)	Le « made in France » (Fabriqué en France)
La structuration et le développement de filières performantes	La structuration et le développement de filières performantes
Le développement de marques promouvant le soutien de l'agriculture (ex : C'est qui le patron ?)	Les marques promouvant le soutien de l'agriculture
Le développement de labels de production agricole certifiés (origine, qualité, environnement, bien-être animal, etc.)	Le développement de labels de production agricole certifiés
La vente directe ou en circuit-court	La vente directe ou en circuit-court
La décarbonation (réduire l'impact carbone et favoriser le stockage du carbone dans le sol)	La décarbonation
Aide aux investissements face aux aléas climatiques (agroéquipements pour la protection des cultures, meilleure utilisation de l'eau, etc.)	Aide aux investissements face aux aléas climatiques
Le plan protéines végétales	Le plan protéines végétales
La démocratisation des technologies de l'agriculture de précision	Les technologies de l'agriculture de précision
La transition agroécologique	La transition agroécologique
Le « green deal » européen ou « pacte vert » et sa stratégie de « farm to fork » ou « de la ferme à la table »	Le « pacte vert » européen et le « farm to fork »
Le plan de relance de la France dont 1.2 milliards d'Euros sont dédiés au volet « Transition agricole, alimentation et forêt »	Le plan de relance de la France

# QUELLES MESURES POUR L'AGRICULTURE FRANÇAISE ?

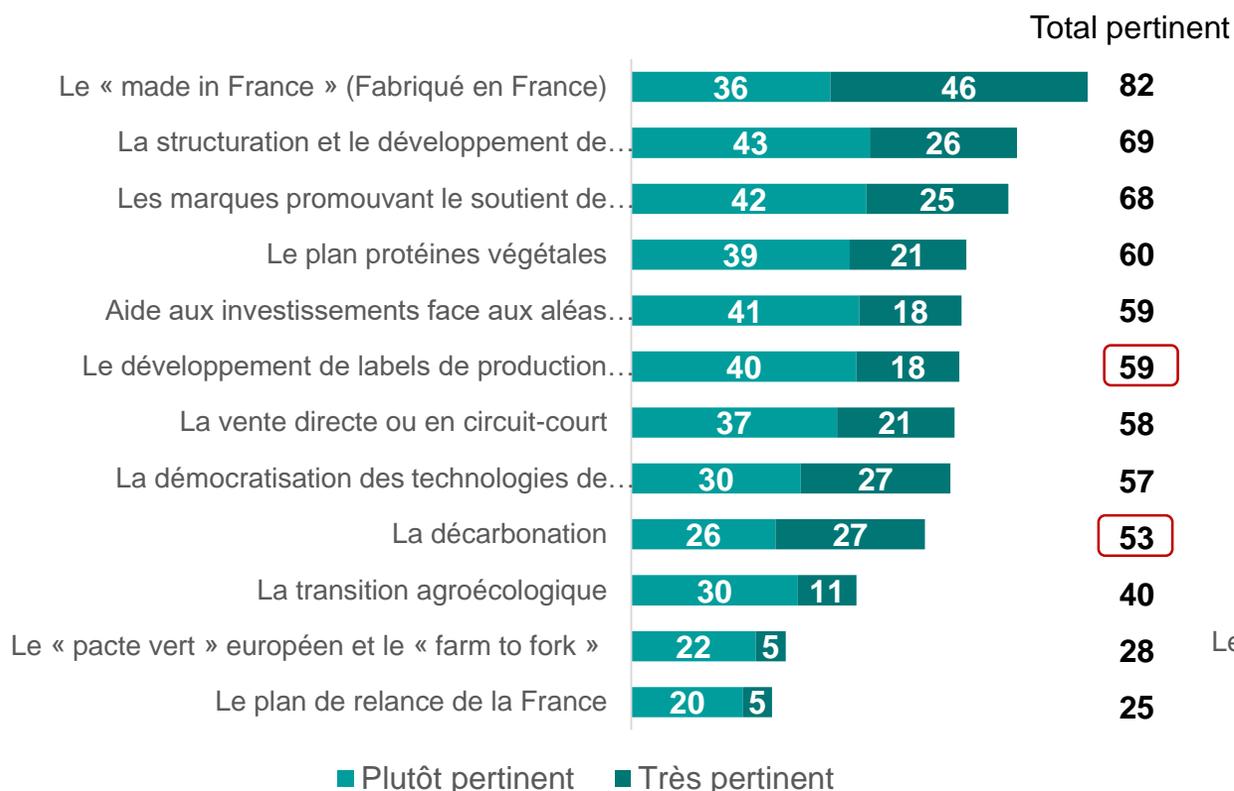
Des agriculteurs relativement bien informés des mesures de soutien et opportunités possibles, notamment lorsqu'elles sont locales ou nationales. Pragmatiques et reléguant à un second plan les politiques et les 'totems', leurs priorités sont centrées sur une meilleure valorisation de l'origine France, la performance des filières et des labels ou marques pour le faire-savoir.



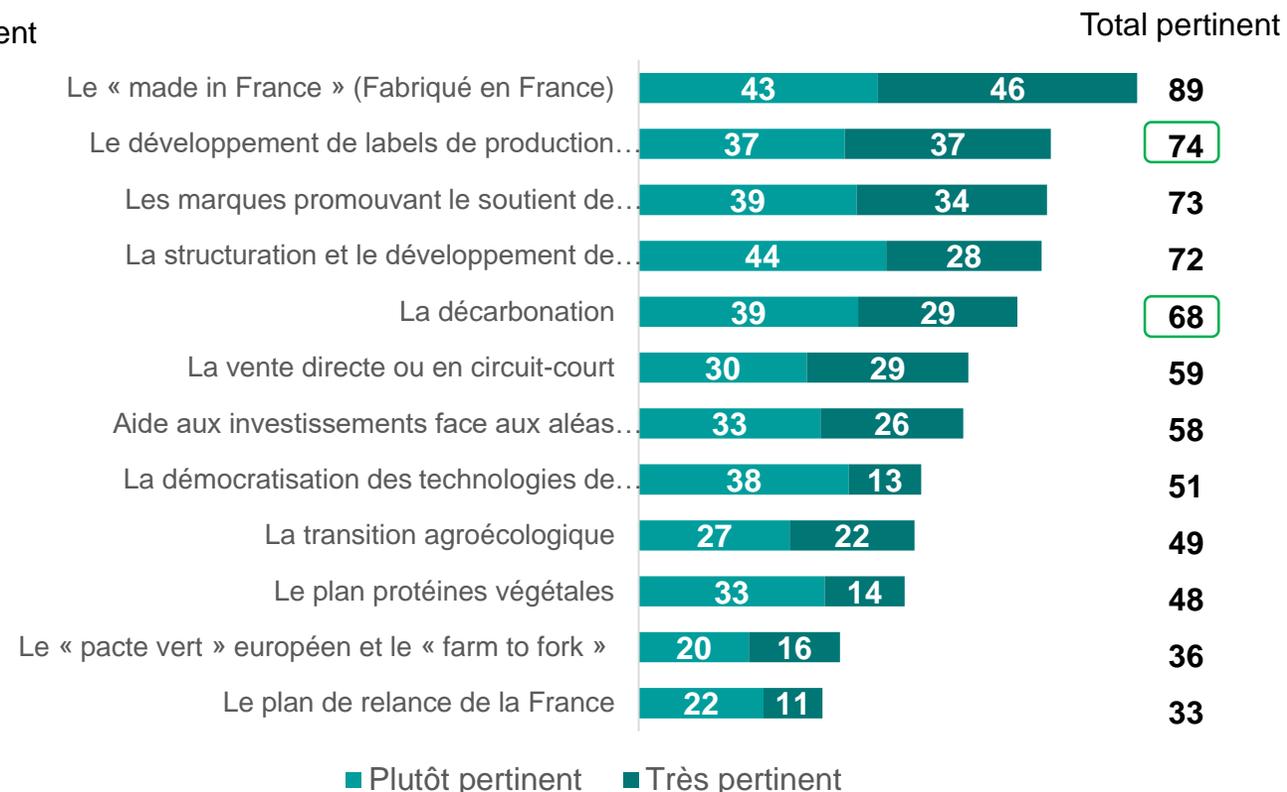
# QUELLES MESURES POUR L'AGRICULTURE FRANÇAISE ?

Le « made in France » est pertinent pour les 2 filières mais les éleveurs trouvent plus d'intérêt dans les labels et les enjeux liés à la décarbonation.

## Grandes cultures N=116



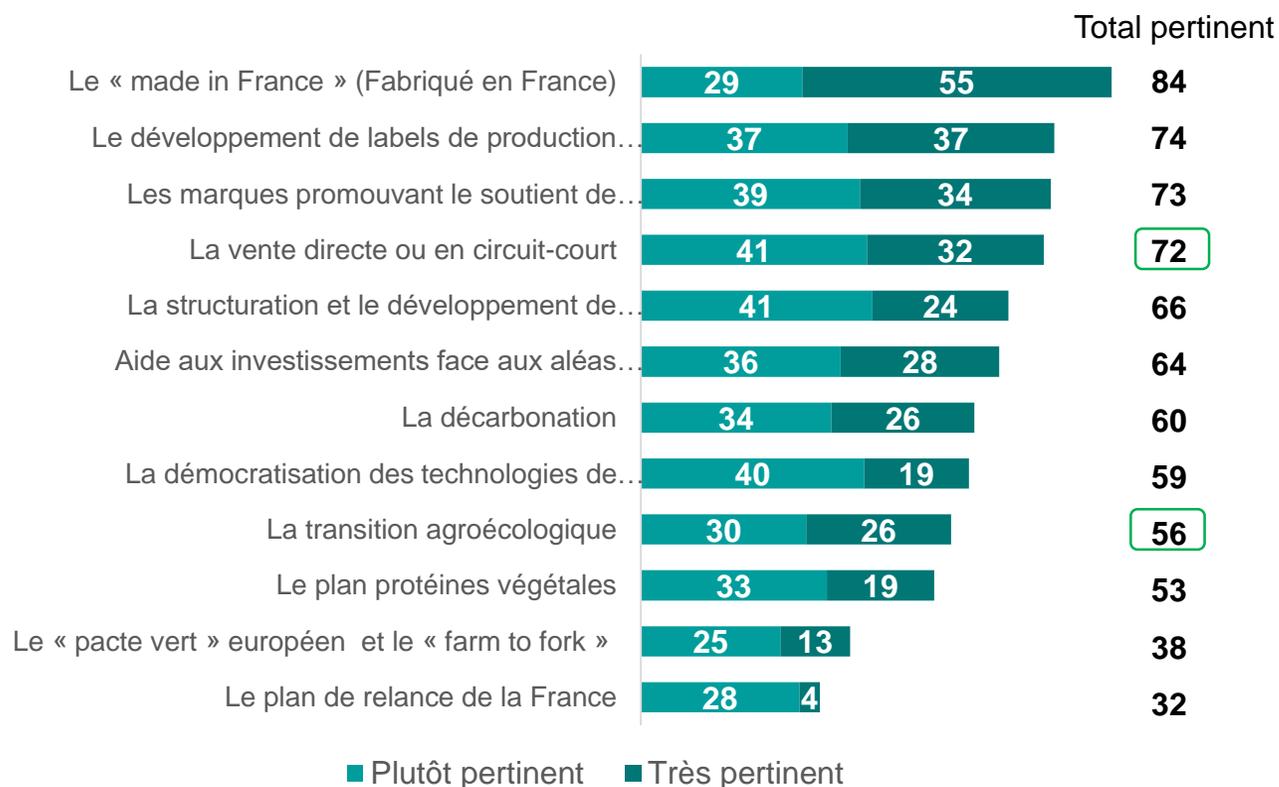
## Polycultures élevages (viande, lait) N=87



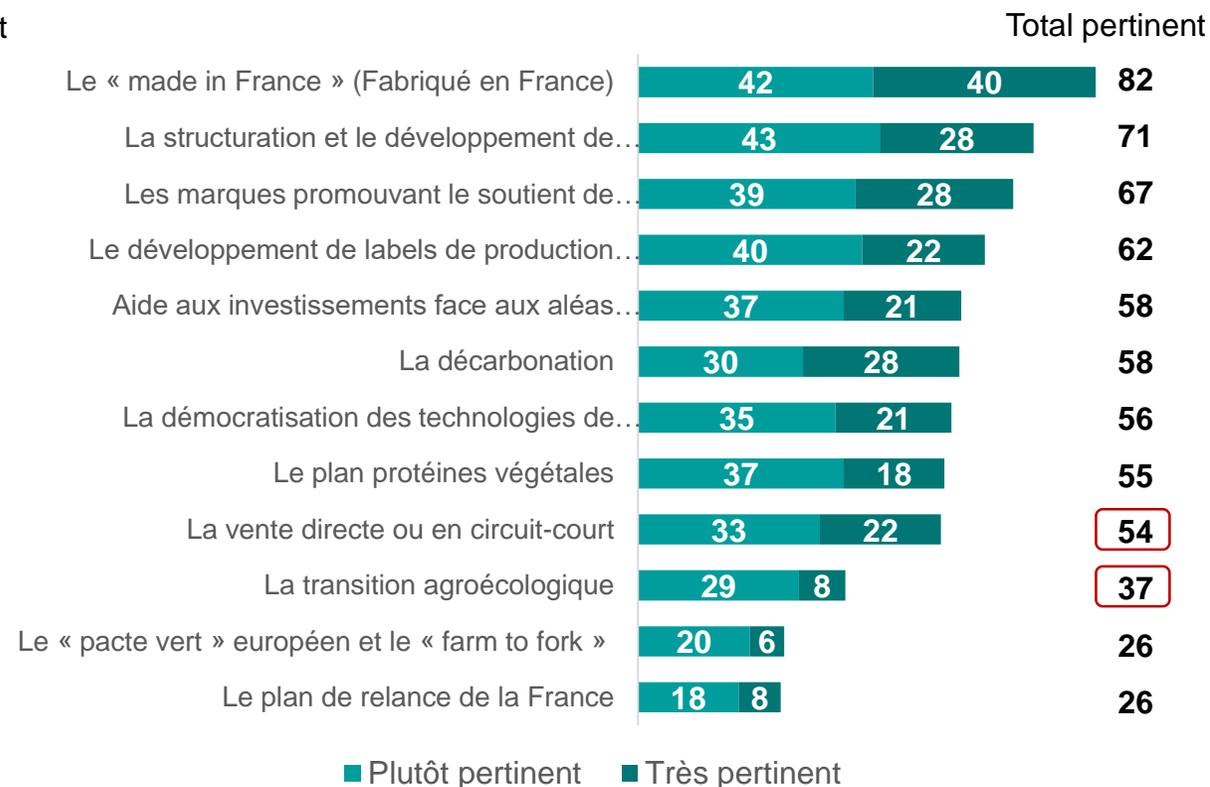
# QUELLES MESURES POUR L'AGRICULTURE FRANÇAISE ?

La vente en directe et la transition agroécologique sont plus pertinentes pour les plus petites exploitations que les grandes, pour lesquelles il est certainement moins facile d'appliquer ces principes.

## Exploitations de moins de 120 ha N=84



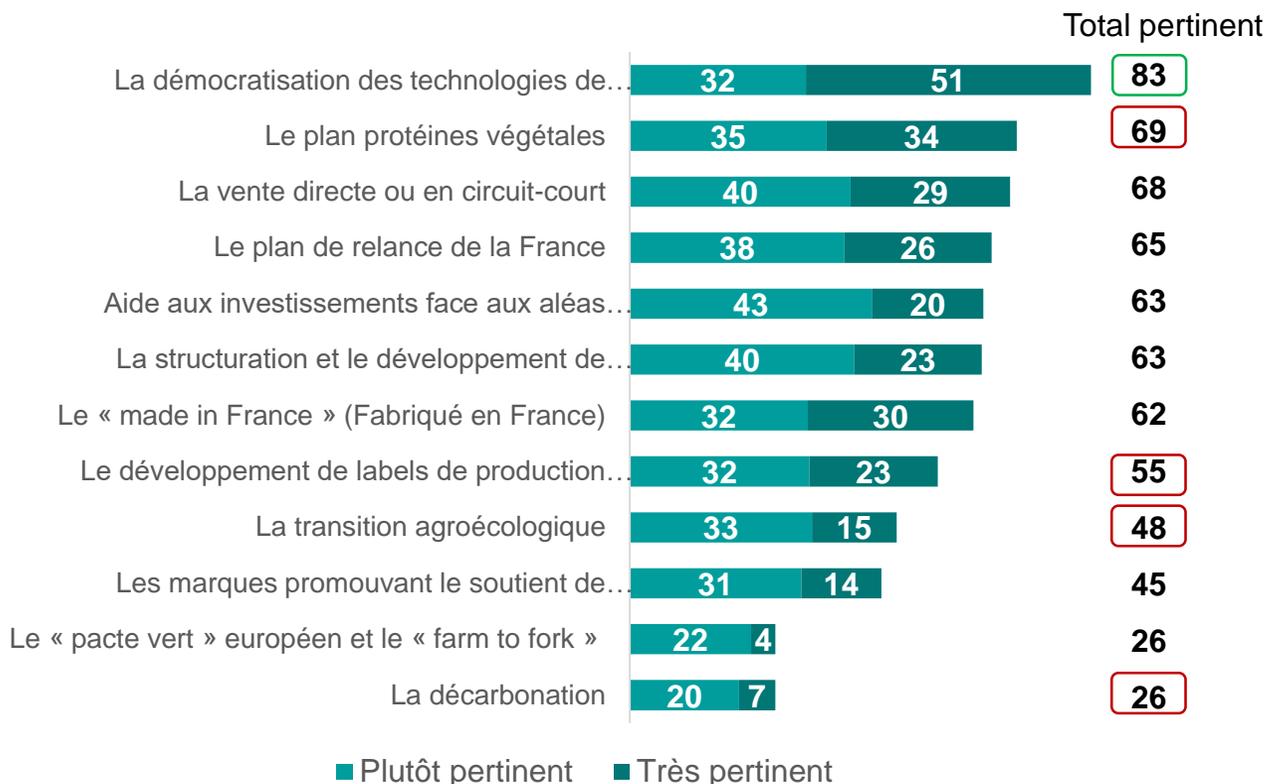
## Exploitations de 120 ha ou plus N=133



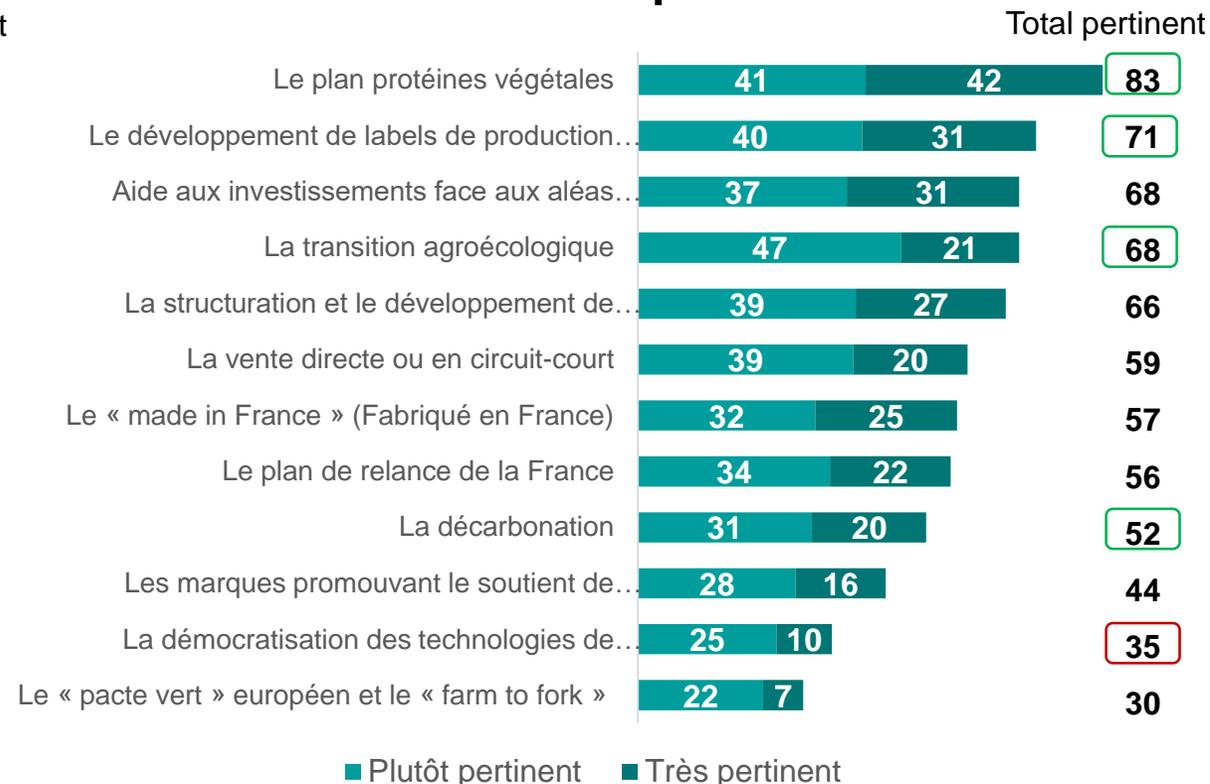
# QUELLES MESURES POUR L'AGRICULTURE FRANÇAISE ?

Enfin, une forte appétence pour le plan protéines végétales, les labels et la transition agroécologique pour les agriculteurs de 45 ans ou plus. Le plan protéines végétales est même la première tendance d'intérêt pour eux lorsque les plus jeunes souhaitent se tourner vers l'agriculture de précision.

## Moins de 45 ans N=94

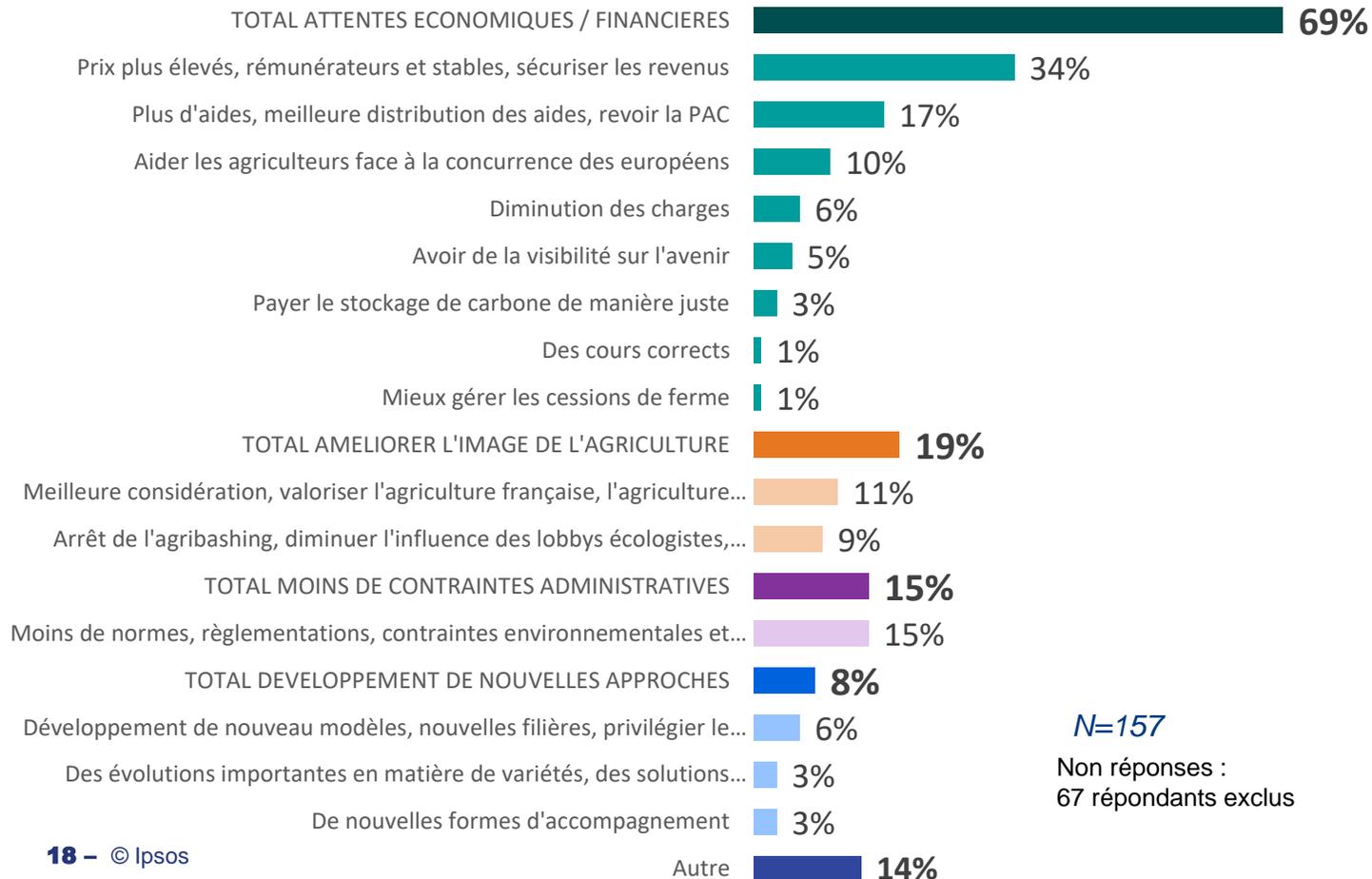


## 45 ans et plus N=125



# LEURS ATTENTES DANS LE CONTEXTE ACTUEL (SPONTANÉ)

Des attentes prioritairement d'ordre économique avec singulièrement la nécessité de revaloriser les prix et redéfinir les mécanismes d'aides pour qu'ils soient plus justes et plus significatifs. Redorer l'image du métier et soulager les contraintes administratives ensuite. En signal faible, le besoin de développer de nouveaux modèles de production (enjeux carbone, nouvelles filières, nouvelles formes d'accompagnement...)



« Les charges sociales sont disproportionnées, et sont un vrai frein au développement des exploitations. Quand on connaît les retraites agricoles. De plus le seul levier pour faire diminuer cette MSA autre qu'un plan d'épargne retraite est l'investissement pour créer des amortissements. Ces investissements sont à l'origine d'endettements qui en fonction de la conjoncture peuvent mettre à mal les exploitations. »

« Premièrement que l'on impose à nos importations les mêmes standard qu'à nos productions. Ensuite que les décisions gouvernementales ne soit pas dictées par du populisme mais des réalités agronomiques, à une échelle de temps adapté à l'agriculture. Enfin, un meilleur soutien aux outils de gestion de risques type assurance aléas climatiques. »

« Des solutions à nos problèmes et non des interdictions (aujourd'hui nous sommes en impasse technique sur de nombreux problèmes de ravageurs ou maladies...)

De l'argent dans les fermes (des vrais aides PAC comme nos parents ont connus), des prix décentés pour nos productions, de vrais aides aux investissements (et non des promesses).....

La fin des importations en France, puisque nos règles sont les plus strictes au monde. Plus aucunes contraintes supplémentaires pour nos agriculteurs français, que les autres pays se mettent déjà à notre niveau. »

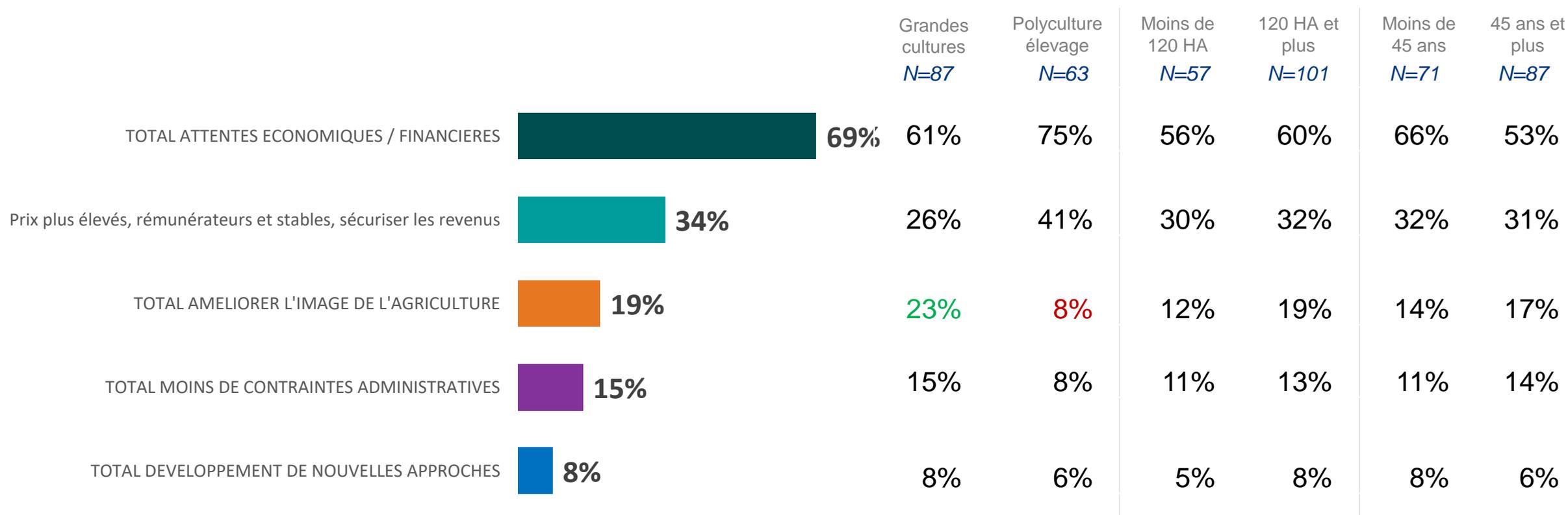
« Ce n'est pas de l'accompagnement qu'il faut (cela fait vivre du monde qui nous coutent cher indirectement). Ce sont des prix rémunérateurs et stables dans le temps qu'il manque. »

N=157

Non réponses :  
67 répondants exclus

# LEURS ATTENTES DANS LE CONTEXTE ACTUEL (SPONTANÉ)

Assez peu de différences significatives dans les attentes entre les sous-cibles. La problématique d'image semble assez logiquement plus prégnante au sein des grandes cultures.



N=158

Non réponses :  
66 répondants exclus

# ANNEXES

# NOS ENGAGEMENTS



## Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** ([www.syntec-etudes.com](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)), European Society for Opinion and Market Research,

Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS

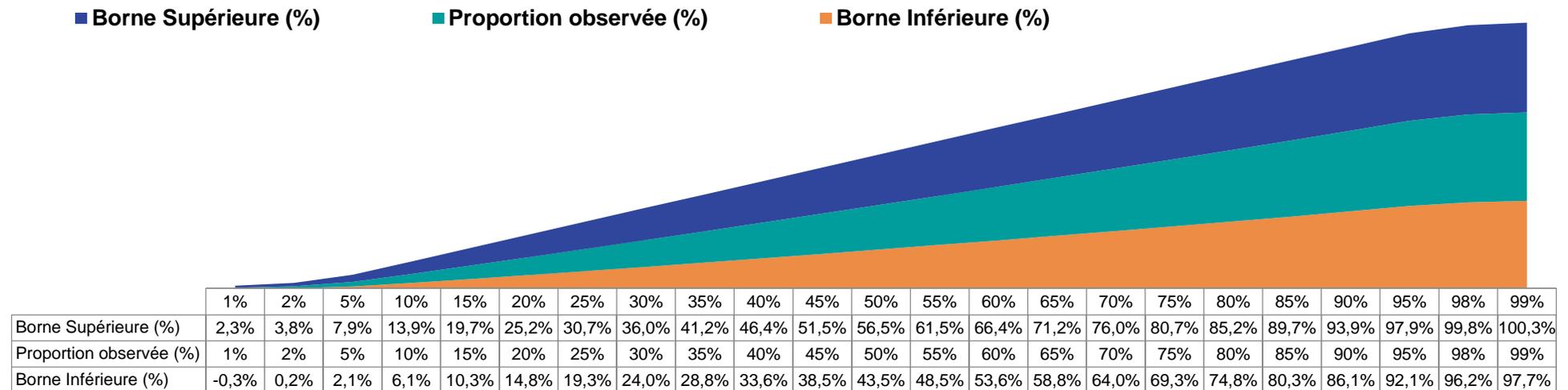
## Feuille de calcul



En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **224**

Les proportions observées sont comprises entre :



# LE MATÉRIEL D'ÉTUDE



# À PROPOS D' IPSOS

---

Ipsos is the world's third largest market research company, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our passionately curious research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide true understanding and powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. We serve more than 5000 clients across the world with 75 business solutions.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg  
IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

---

In our world of rapid change, the need of reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:  
**You act better when you are sure.**

**BE  
SURE.  
GO  
FURTHER.**

**GAME CHANGERS**



**THANK  
YOU**

**GAME CHANGERS**

