

AGRICULTURE : LES LIMITES D'UN SYSTÈME DÉSÉQUILIBRÉ

Agri-Express – résultats vague 15

Préparé par Ipsos Agriculture – février 2024

Enquêtes réalisés du 26 Janvier au 31 Janvier 2023

GAME CHANGERS



AGENDA

01 METHODOLOGIE

02 VOS ENJEUX

03 OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

04 RÉSULTATS CLÉS

05 NOS RECOMMANDATIONS

MÉTHODOLOGIE

1



MÉTHODOLOGIE

Le dispositif



MÉTHODE D'ÉCHANTILLONNAGE

- Les agriculteurs et les consommateurs ont été sélectionnés aléatoirement sur base du volontariat
 - Pour les agriculteurs : via un accès au sondage par web intercept sur les réseaux sociaux via notre partenaire Episto.
 - Pour les consommateurs : via notre panel Ipsos Ipsos.Digital



CIBLE INTERROGÉE

- **250 agriculteurs** ayant leur exploitation en France, quotas calés sur la base du profil des exploitations agricoles en France
- **1003 consommateurs** national représentatif, sur la base de quotas sociodémographiques issus du recensement INSEE.



COLLECTE

- Agriculteurs : CAWI par web intercept
- Consommateurs : CAWI sur panel Ipsos
- Dates de terrain :
 - Les agriculteurs : réalisé du **26 Janvier au 29 Janvier 2024**
 - Les consommateurs : réalisé du **29 Janvier au 01 Février 2024**



TRAITEMENT STATISTIQUE

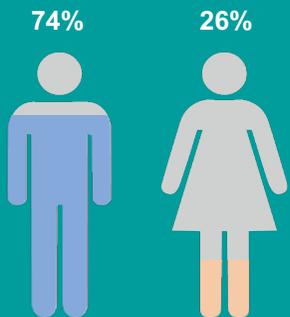
- Une pondération a été réalisée pour une meilleure représentativité des échantillons :
 - Pour les agriculteurs : sur la taille d'exploitation, l'âge et l'activité principale de l'exploitation
 - Pour les consommateurs : sur l'âge, le genre et la région
- Des analyses particulières ont été réalisées par sous-cibles

QUI AVONS-NOUS INTERROGÉ ?

Une bonne représentativité régionale malgré quelques écarts

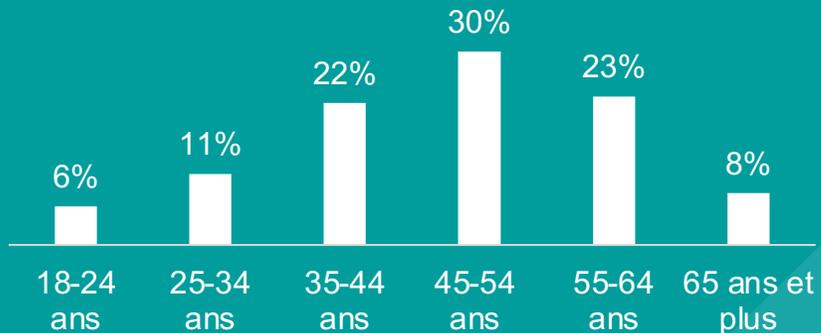
Genre

Agreste 2020 : 30% de femmes



Âge

Moyenne: 48 ans
Agreste 2020 : 52 ans

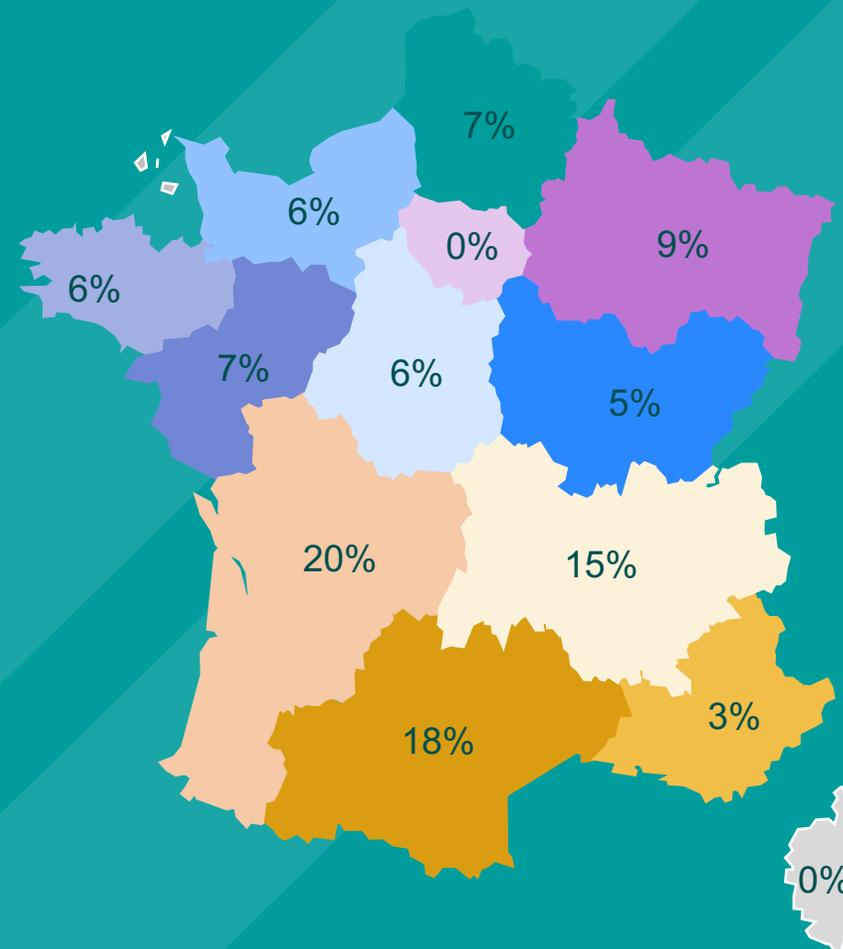


SAU

Moyenne: 136 HA

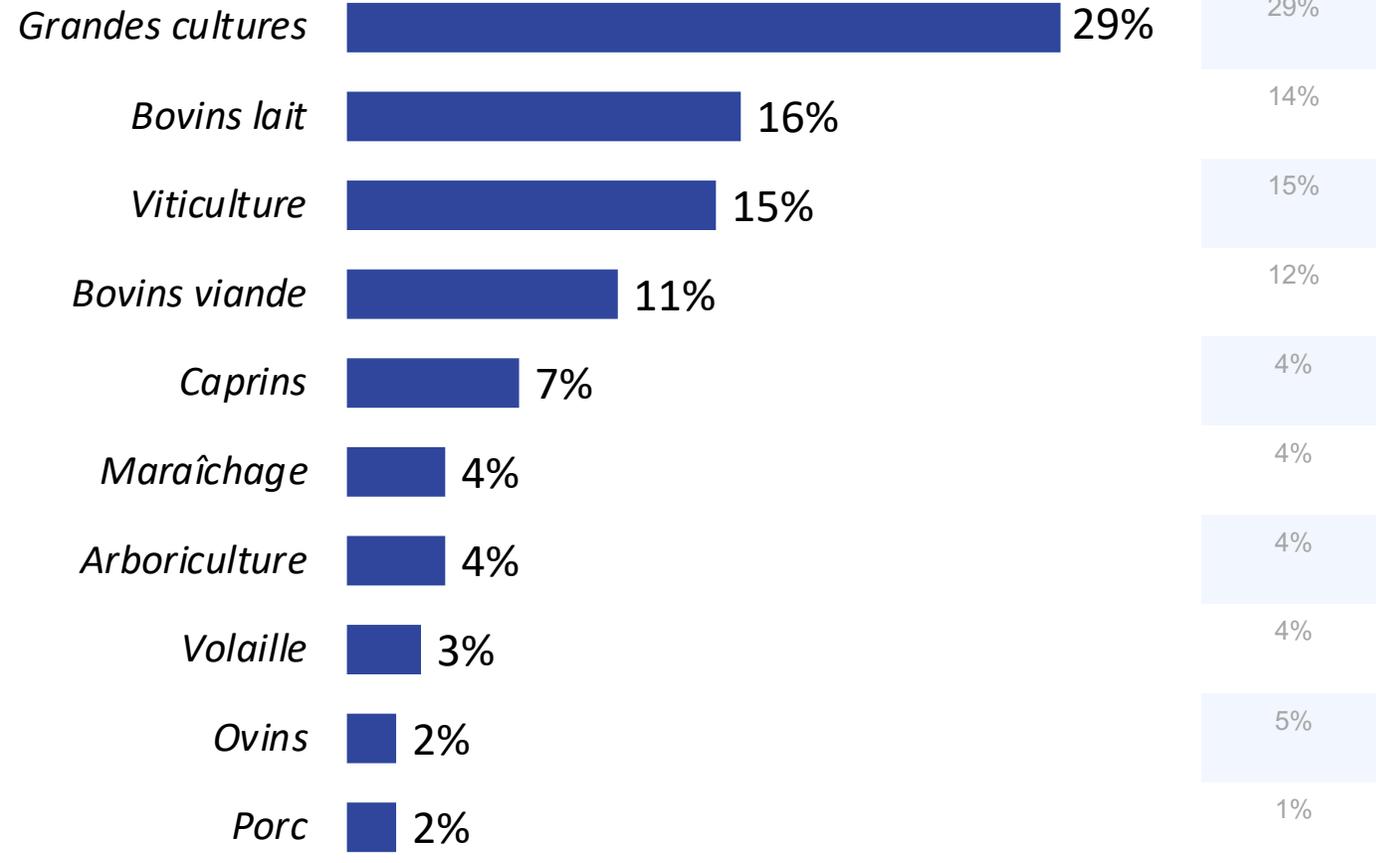


Base totale: N=250



FILIÈRES D'APPARTENANCE DES AGRICULTEURS

Grandes cultures, viticulture et élevages sont les filières les plus représentées au sein de l'échantillon et sont représentatives de l'agriculture française.



Base totale: N=250

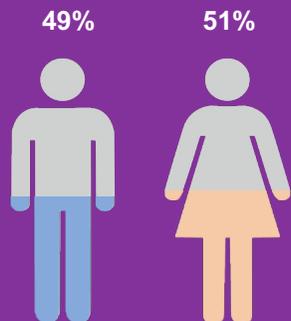
QUI AVONS-NOUS INTERROGÉ ?

Une large population d'agriculteurs, avec une répartition géographique représentative

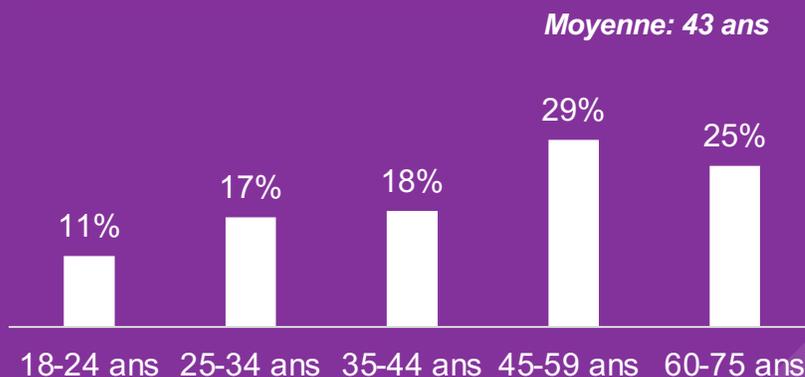
Consommateurs

Base totale: N=1000

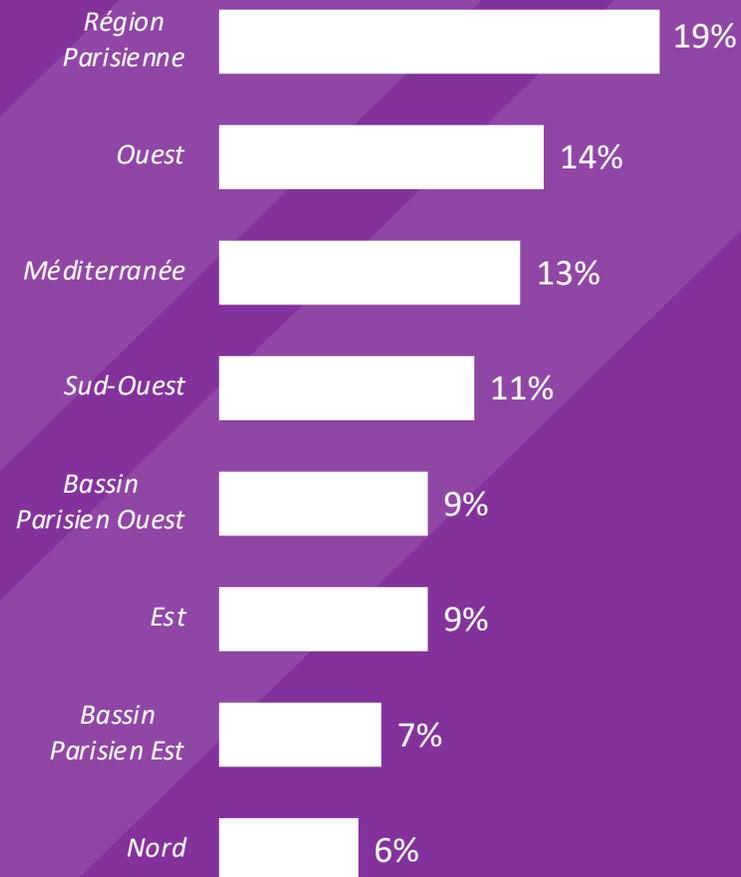
Genre



Âge

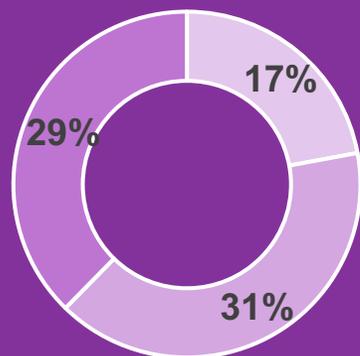


Régions



Urbain vs rural

- A rural area or village
- Small or medium-sized town
- Large town/city



CSP



LE MORAL DES AGRICULTEURS S'EFFONDRE

2

Un score historique d'opinions négatives, avec 71% des agriculteurs qui se disent pessimistes pour eux ou leur exploitation.

Ce score se trouve directement influencé par la mobilisation des agriculteurs sur fin janvier, dont le soutien est massif, que ce soit de la part des exploitants eux-mêmes ou bien des consommateurs, avec plus de 80% de soutien.

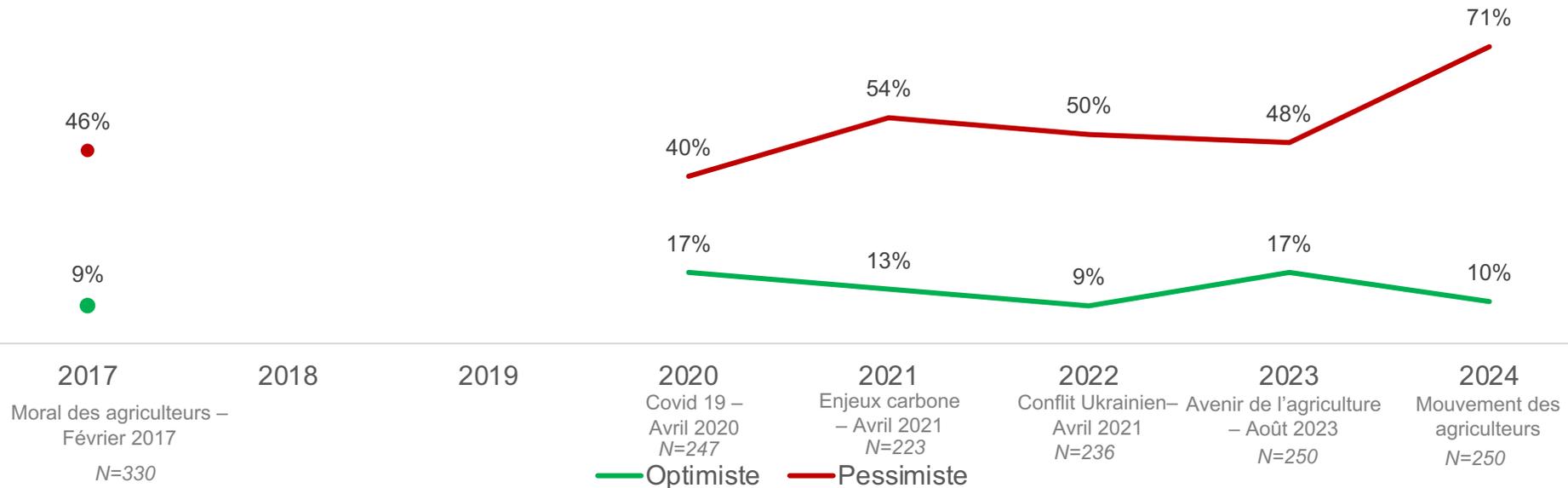
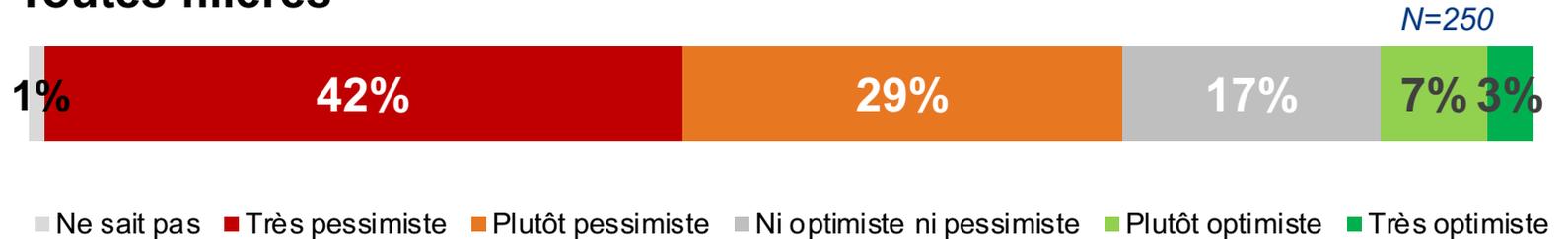
ETAT D'ESPRIT ACTUEL – TOTAL AGRICULTEURS

Bien que sûrement influencé par le mouvement social actuel, le pessimisme des agriculteurs atteint un niveau qui n'a jamais été atteint, même pendant la désillusion à la fin de la période Covid. Les agriculteurs atteignent un score historique de mécontentement avec plus de 7 sur 10 agriculteurs pessimistes.

71%

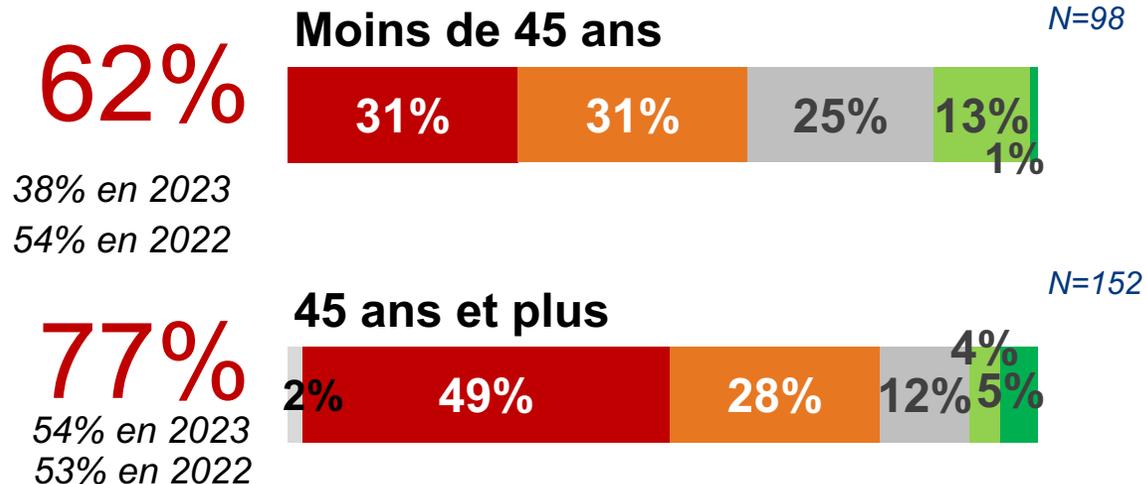
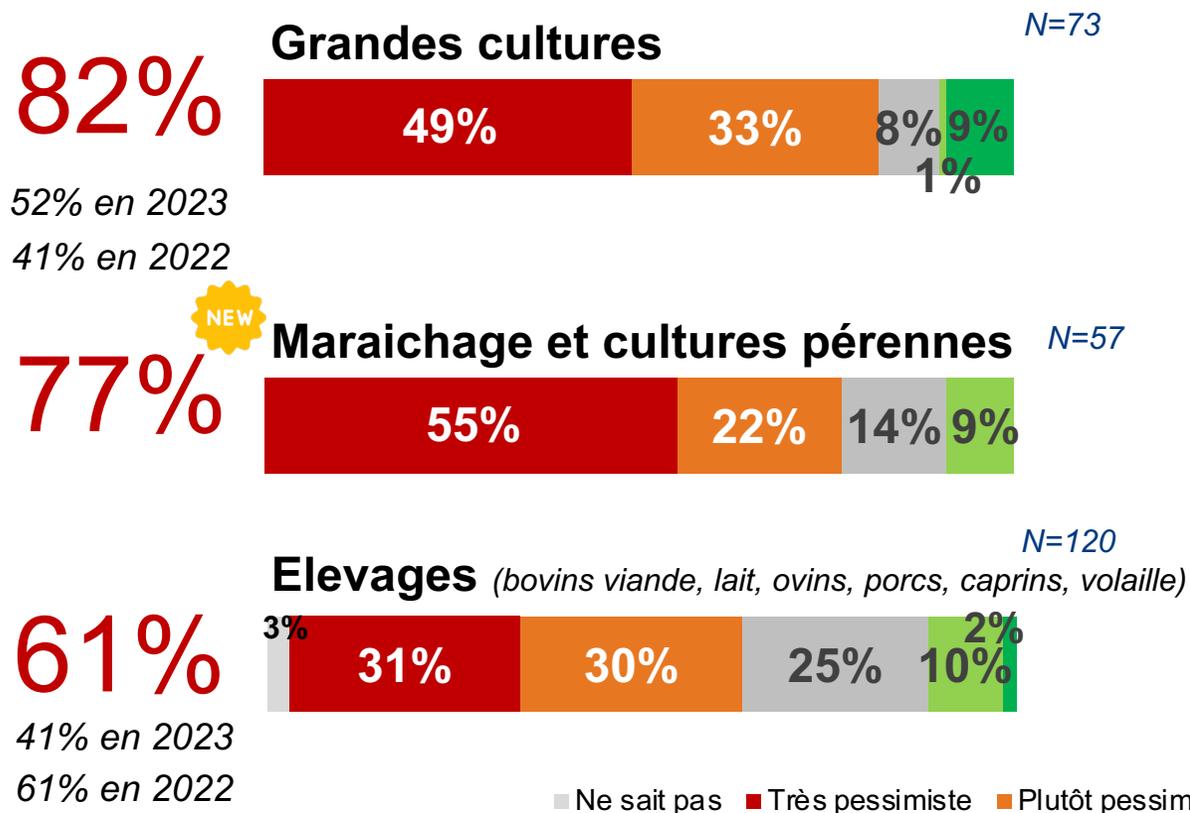
des agriculteurs se disent **pessimistes** dans le contexte actuel

Toutes filières



ETAT D'ESPRIT ACTUEL – PAR TYPE D'EXPLOITATIONS

Comme dans les précédentes éditions, les éleveurs sont semblent un peu moins « pessimistes », par rapport aux autres cultures. Les jeunes semblent aussi un peu moins désabusés que les 45+



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

SOUTIEN AU MOUVEMENT

Une adhésion franche et quasi-unanime des agriculteurs au mouvement social : 89% de soutien dont 76% de tout à fait, et partagé par tous les producteurs quelle que soit leur culture.

Total soutien : 89%

Je soutiens tout à fait

76%

13%

Je soutiens plutôt

3%

Je ne soutiens plutôt pas

2%

Je ne soutiens pas du tout

6%

Je ne sais pas

92% **Grandes cultures**

N=73



87% **Maraichage et cultures pérennes**

N=57

NEW



87% **Elevages**

N=120

(bovins viande, lait, ovins, porcs, caprins, volaille)



■ Ne sait pas

■ Non, je ne soutiens pas du tout

■ Oui, je soutiens plutôt

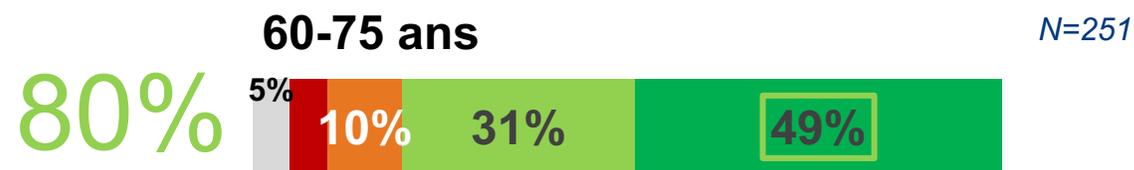
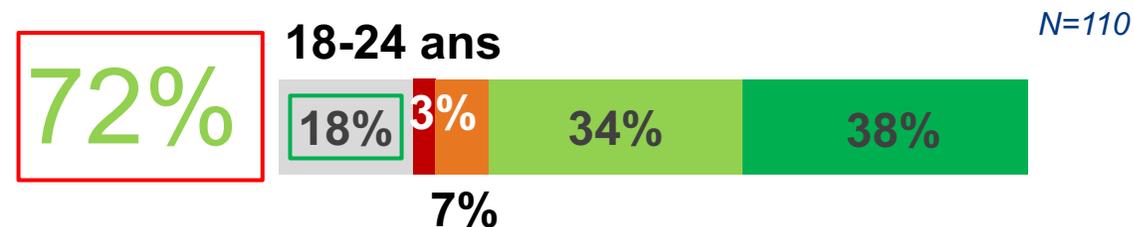
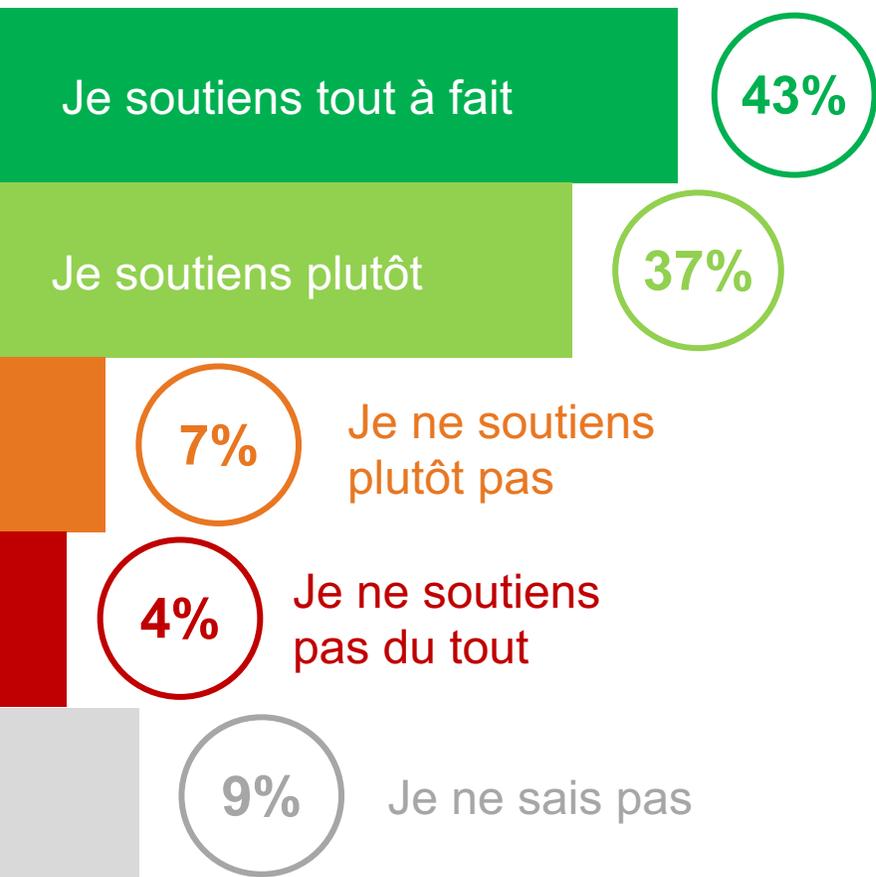
■ Non, je ne soutiens pas du tout

■ Oui, je soutiens plutôt

SOUTIEN AU MOUVEMENT

Côté consommateurs, l'appui au mouvement est aussi fort avec 81% de soutien au total, même si les opinions sont plus modérées, avec 44% de 'tout à fait' (contre 78% pour les agriculteurs).

Total soutien : 80%



- Ne sait pas
- Non, je ne soutiens pas du tout
- Non, je ne soutiens plutôt pas
- Oui, je soutiens plutôt
- Oui, je soutiens tout à fait

AGRICULTEUR : UN MÉTIER DIFFICILE

3

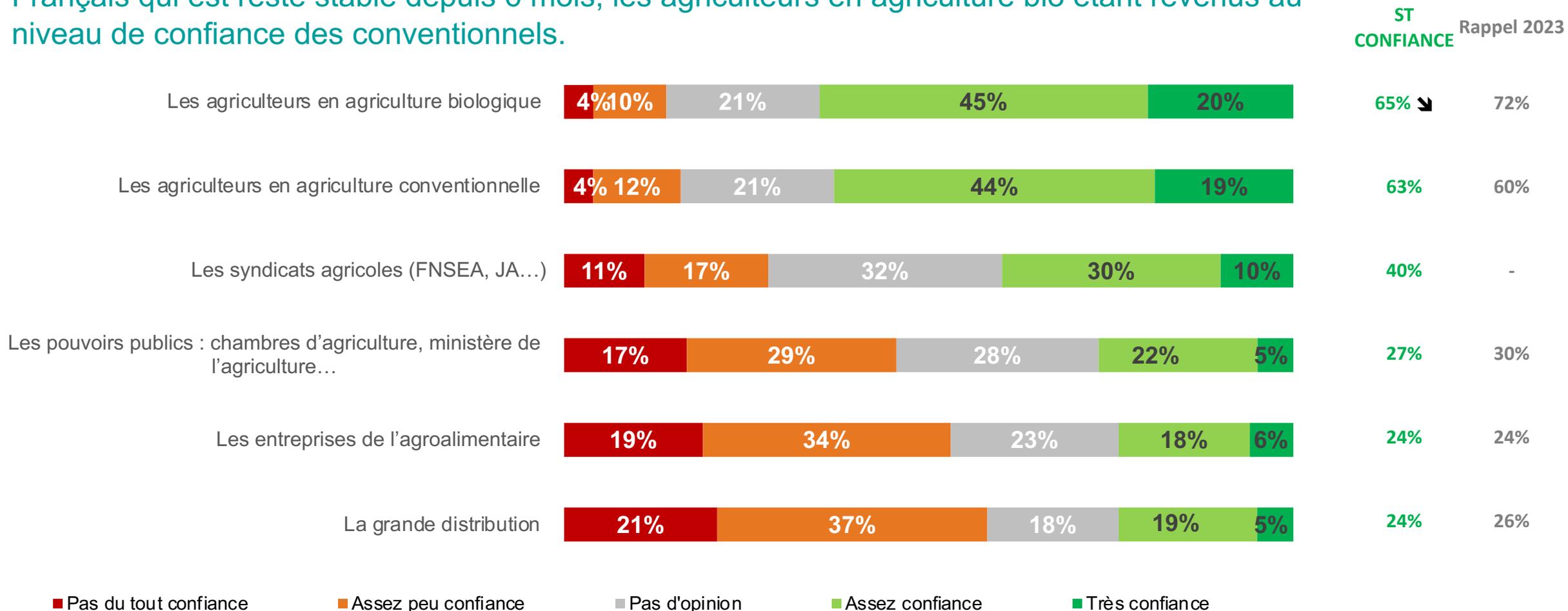
Loin des discours d'Agribashing que l'on peut parfois entendre autour de la profession d'agriculteur et de leur pratique, les consommateurs expriment leur attachement à la profession.

Au-delà du soutien au mouvement, les Français accordent leur confiance aux agriculteurs et sont tout à fait conscients des difficultés de la profession, tant au point de vue de la charge de travail que de la complexité de leur contexte économique.

Des agriculteurs perçus comme courageux de faire ce métier complexe, dont peu de Français s'estiment capables d'exercer.

CONFIANCE ENVERS LA FILIÈRE AGRO-ALIMENTAIRE

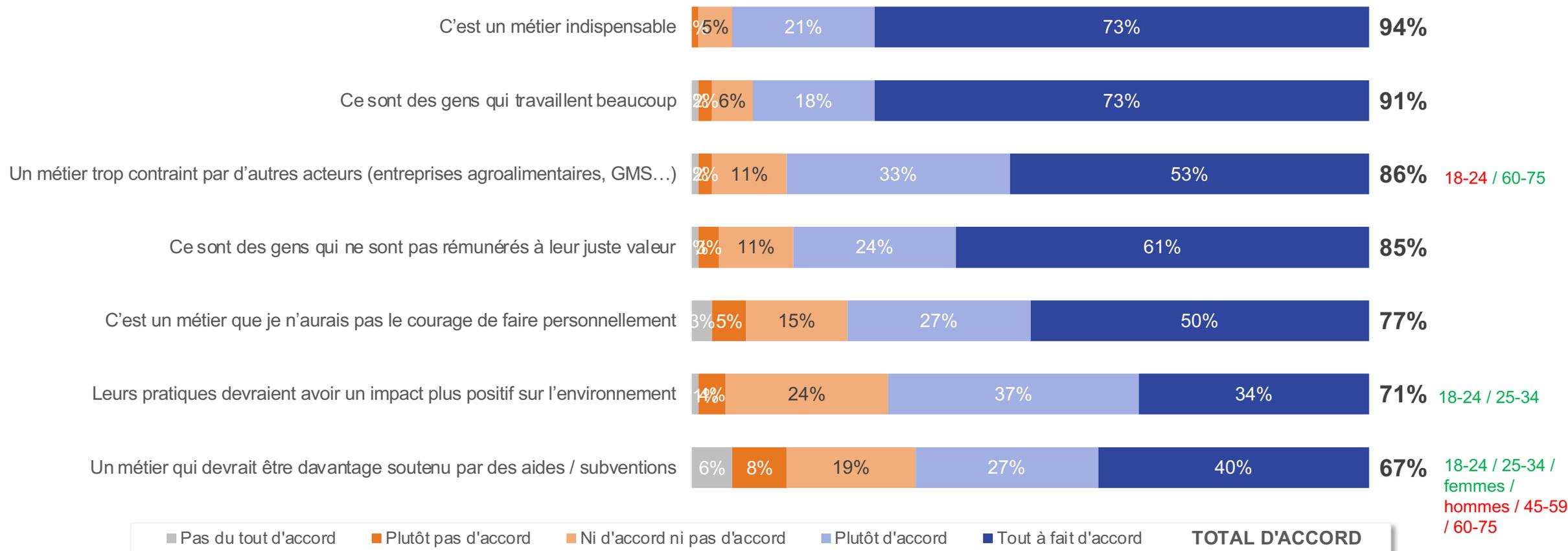
Le mouvement social actuel n'a globalement pas eu d'influence sur le capital confiance des Français qui est resté stable depuis 6 mois, les agriculteurs en agriculture bio étant revenus au niveau de confiance des conventionnels.



Base consommateurs = 1003

LA PERCEPTION DU MÉTIER D'AGRICULTEUR

L'image des consommateurs est très positive à l'égard des agriculteurs, dont le métier est perçu comme étant indispensable et avec une grande charge de travail. Ils reconnaissent pour la grande majorité qu'ils ne seraient pas capables de faire ce métier, 50% le reconnaissant « tout à fait ».

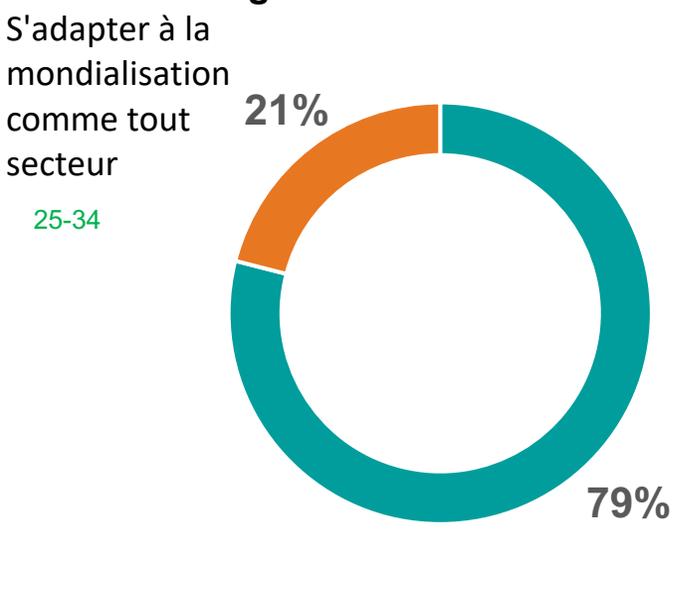


Base consommateurs = 1003

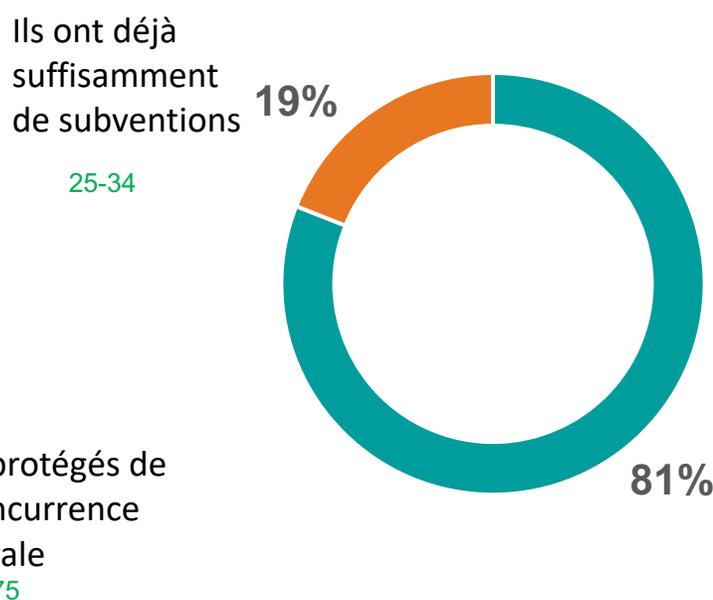
UNE SITUATION ÉCONOMIQUE DIFFICILE

A nouveau, les consommateurs expriment leur solidarité envers les agriculteurs : une profession qui doit être protégées de la concurrence déloyale, avec une situation économique complexe selon 8 Français sur 10. Et les Français sont conscients qu'il s'agit d'un des métiers les plus exigeants.

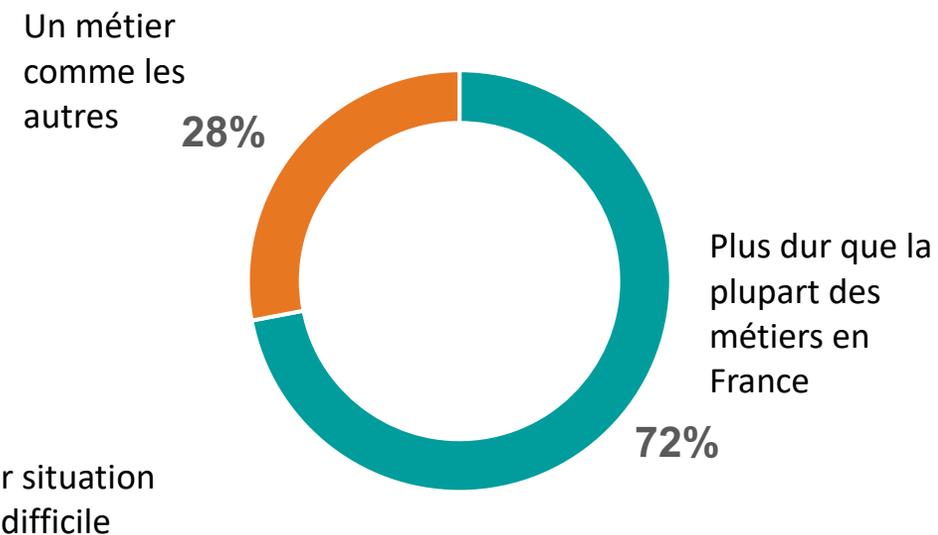
En ce qui concerne la situation économique de l'agriculture Française, les agriculteurs doivent...



Concernant le mouvement social des agriculteurs, je considère que...



Le métier d'agriculteur est...



Base consommateurs = 1003

UNE RÉALITÉ ÉCONOMIQUE QUI SE HEURTE AU SOUTIEN

4

Bien que solidaires des agriculteurs, et face à l'inflation et la baisse de pouvoir d'achat, les consommateurs sont logiquement plus frileux dans le soutien concret aux agriculteurs, que ce soit en payant plus cher leurs produits ou en leur offrant une journée de solidarité.

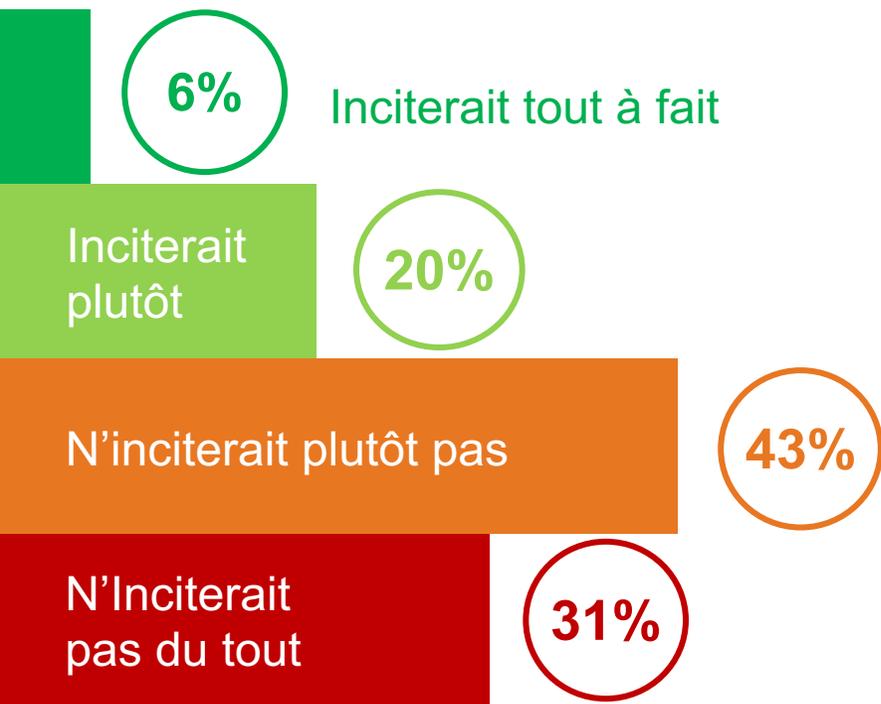
Le métier souffre d'une crise des vocations : seul 1 Français sur 4 se dit prêt à encourager ses enfants (ou ceux de son entourage) à faire le métier d'agriculteur, un chiffre légèrement plus élevé auprès des plus jeunes.

UNE CRISE DE VOCATION

Seul 1 Français sur 4 inciterait ses enfants (ou ceux de ses proches) à exercer le métier d'agriculteur, exprimant une vraie crise de vocation pour cette profession qui enregistre chaque année un moindre nombre d'agriculteurs et d'exploitation. Note d'espoir : les plus jeunes seraient plus susceptibles d'inciter les enfants de leur entourage à être agriculteur.

Inciteriez-vous vos enfants ou les enfants d'un proche à faire demain le métier d'agriculteur ?

Total inciterait : 26%



■ N'inciterait pas du tout ■ N'inciterait plutôt pas ■ Inciterait plutôt ■ Inciterait tout à fait

Base consommateurs = 1003

18 - © Ipsos

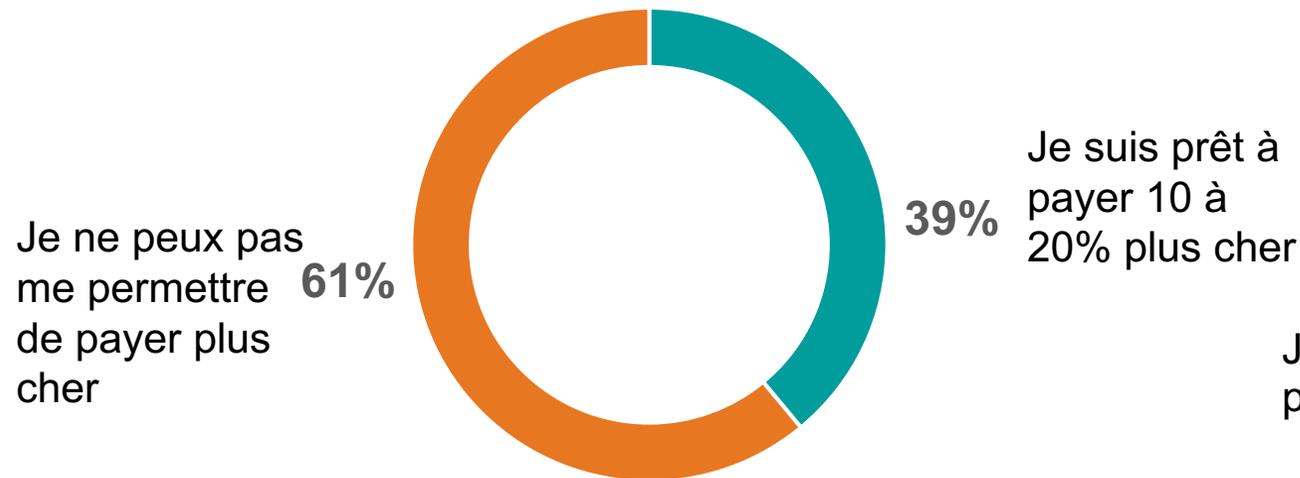
A2 - Dans quelle mesure inciteriez-vous vos enfants ou les enfants d'un proche à faire demain le métier d'agriculteur ?

□ / □ Résultat significativement supérieur / inférieur au total échantillon

LA RÉALITÉ DE L'INFLATION LIMITE LE SOUTIEN

Si le soutien des Français pour la profession est fort, il se heurte aux contraintes économiques actuelles et à l'inflation. Seul 2 Français sur 5 se disent prêts à payer leur alimentation plus chère ou à mettre en place une journée de solidarité en faveur des agriculteurs.

Pour que mes aliments contiennent des produits ou soient entièrement produits en France...



Sur l'exemple des actions en faveur des personnes âgées, l'idée de mettre en place une journée de solidarité avec les agriculteurs en France (une journée de travail supplémentaire, non rémunérée)...

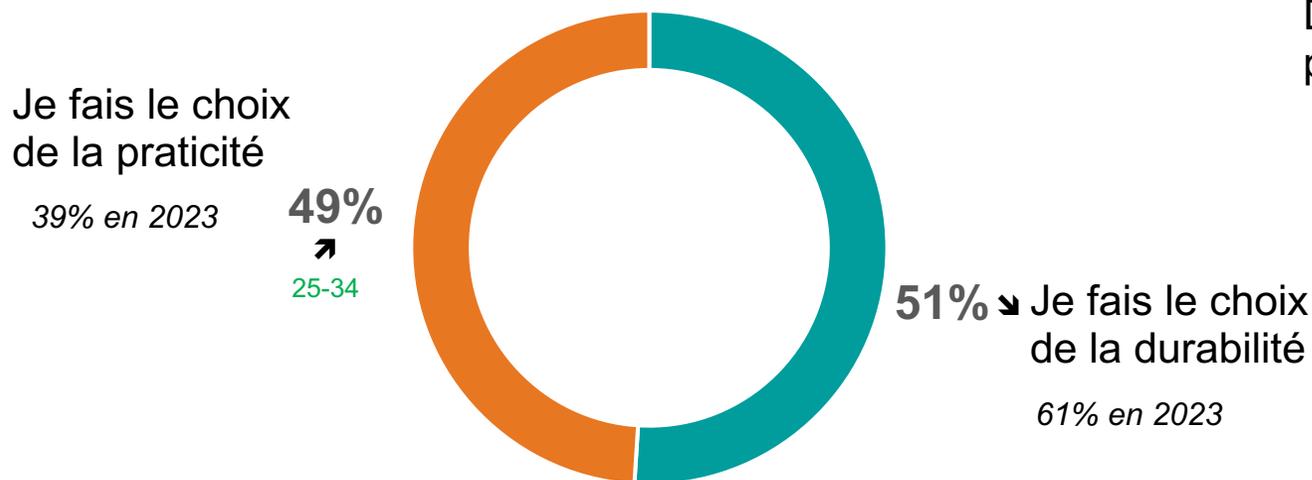


Base consommateurs = 1003

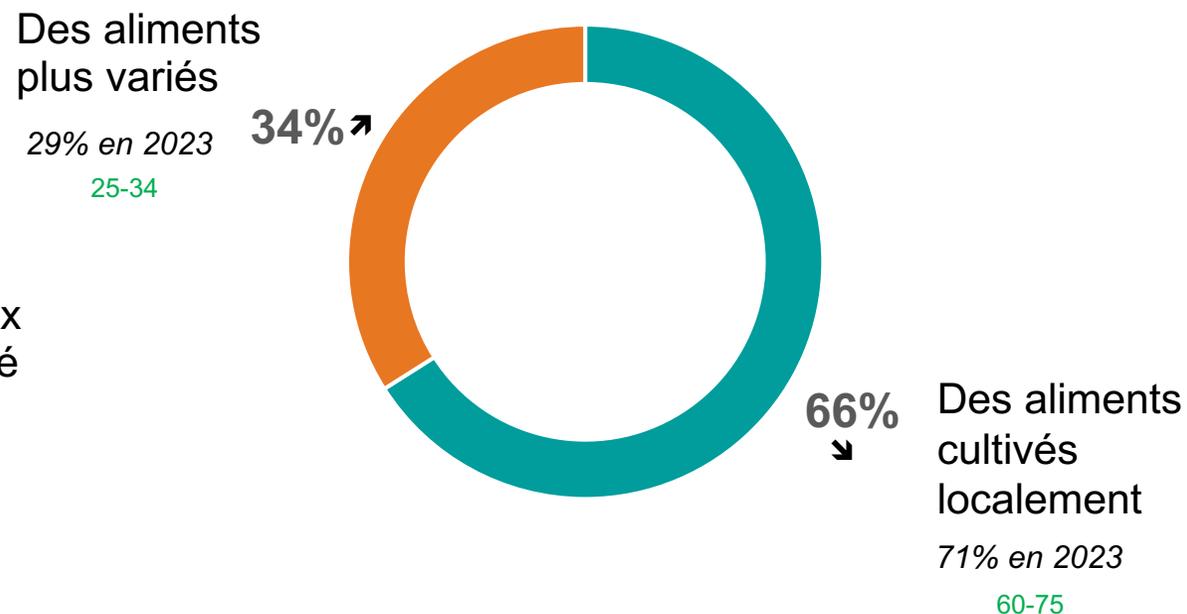
CONSERVER UN CONFORT ALIMENTAIRE

De la même façon, les consommateurs se tournent vers une alimentation qui n'est pas tout à fait en faveur de l'agriculture Française, privilégiant de moins en moins les aliments cultivés localement, ou plus durablement.

Lorsque j'achète ou je prépare des aliments...



Je préfère manger...



Base consommateurs = 1003

DE RÉELS CHANGEMENTS ATTENDUS

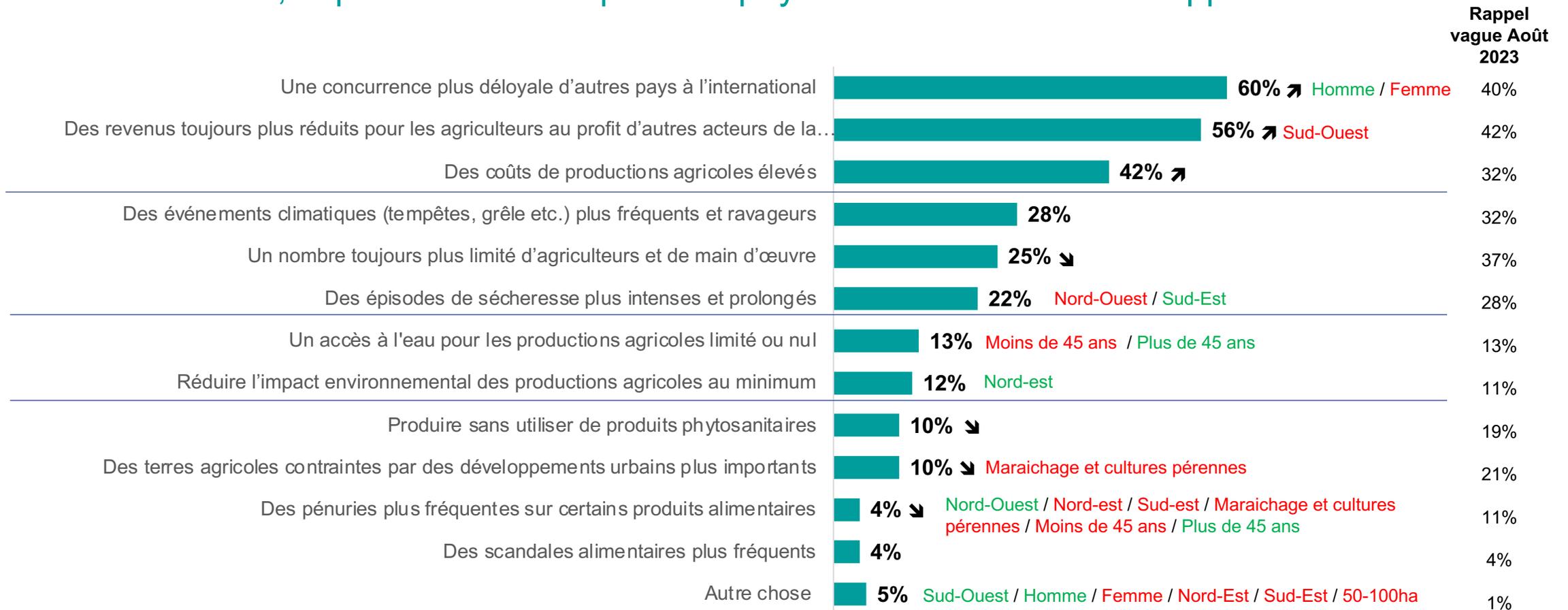
5

Le mécontentement des agriculteurs se cristallise autour des difficultés économiques qu'ils rencontrent : manque de revenu pour un travail considéré comme important, et concurrence venant de pays européens ou internationaux.

C'est donc sans surprise que consommateurs et agriculteurs se rejoignent pour exprimer des attentes de changement profond du système agricole : protectionnisme en faveur de la production française ou encore meilleure application des lois Egalim.

LES GRANDS DÉFIS DE DEMAIN

Le mouvement social place les considérations économiques au cœur des enjeux pour la filière : la nécessité de gérer les effets de concurrence, la viabilité économique de l'exploitation, au détriment de la main d'œuvre, la production sans produits phytosanitaires ou le développement urbain.

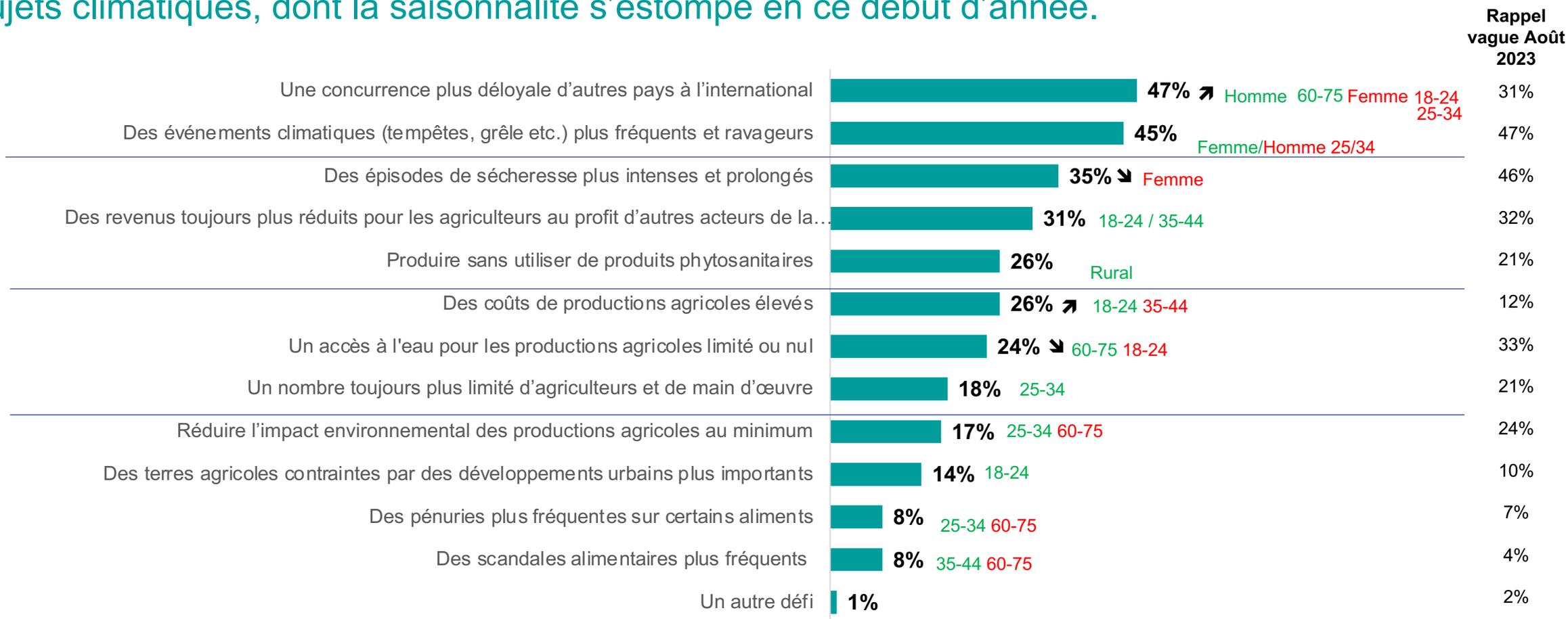


Base totale n=250

■ Top 3

LES GRANDS DÉFIS DE DEMAIN

Une forte prise de conscience aussi chez les consommateurs des questions économiques (concurrence, coûts de productions) rencontrées par les agriculteurs aux détriments des sujets climatiques, dont la saisonnalité s'estompe en ce début d'année.

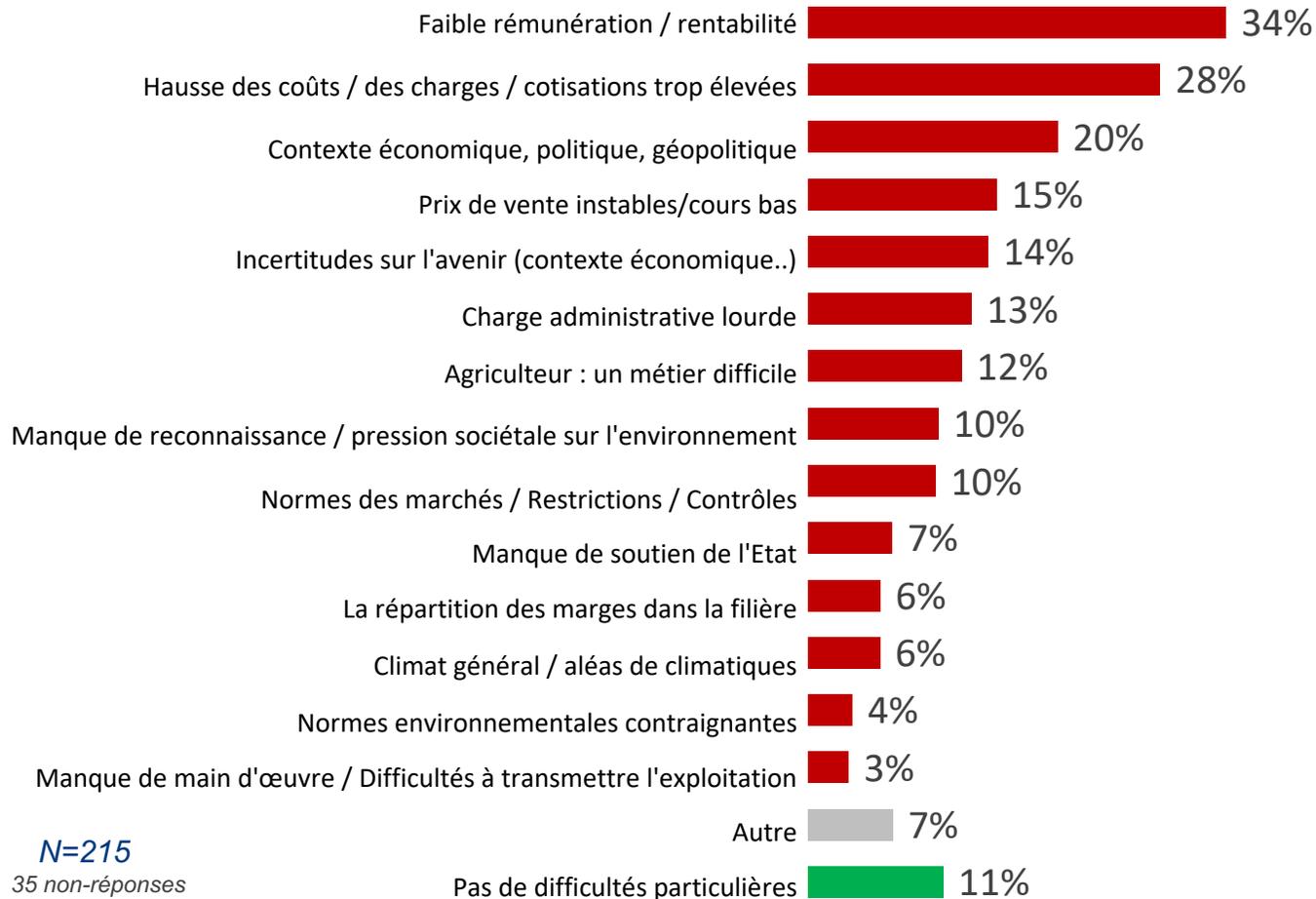


Base totale n=1003



RAISONS DE PESSIMISMES (SPONTANÉ)

En spontané, les discours sur les difficultés économiques des exploitants se confirment avec des témoignages nombreux sur la situation compliquée rencontrée par les agriculteurs. En sous-texte, un contexte économique, administratif, réglementaire et politique que les producteurs perçoivent clairement en leur défaveur.



N=215

35 non-réponses

24 – © Ipsos

« Cela fait 48 ans que je fais ce métier. Lorsque j'étais au lycée, je pouvais avoir le revenu d'un instituteur en travaillant plus, bien entendu. Aujourd'hui, je gagne 3 fois moins tout en travaillant le double. Et la situation se dégrade d'années en années. Aux terres de Jim en été 2022, Macron a dit combien les agriculteurs étaient importants et qu'il ferait tout pour améliorer notre situation... 3 mois plus tard notre électricité prenait 300 % (...) ET le remboursement de la TIPP sur le GNR baissait de 20%. ET les contraintes françaises augmentaient. »

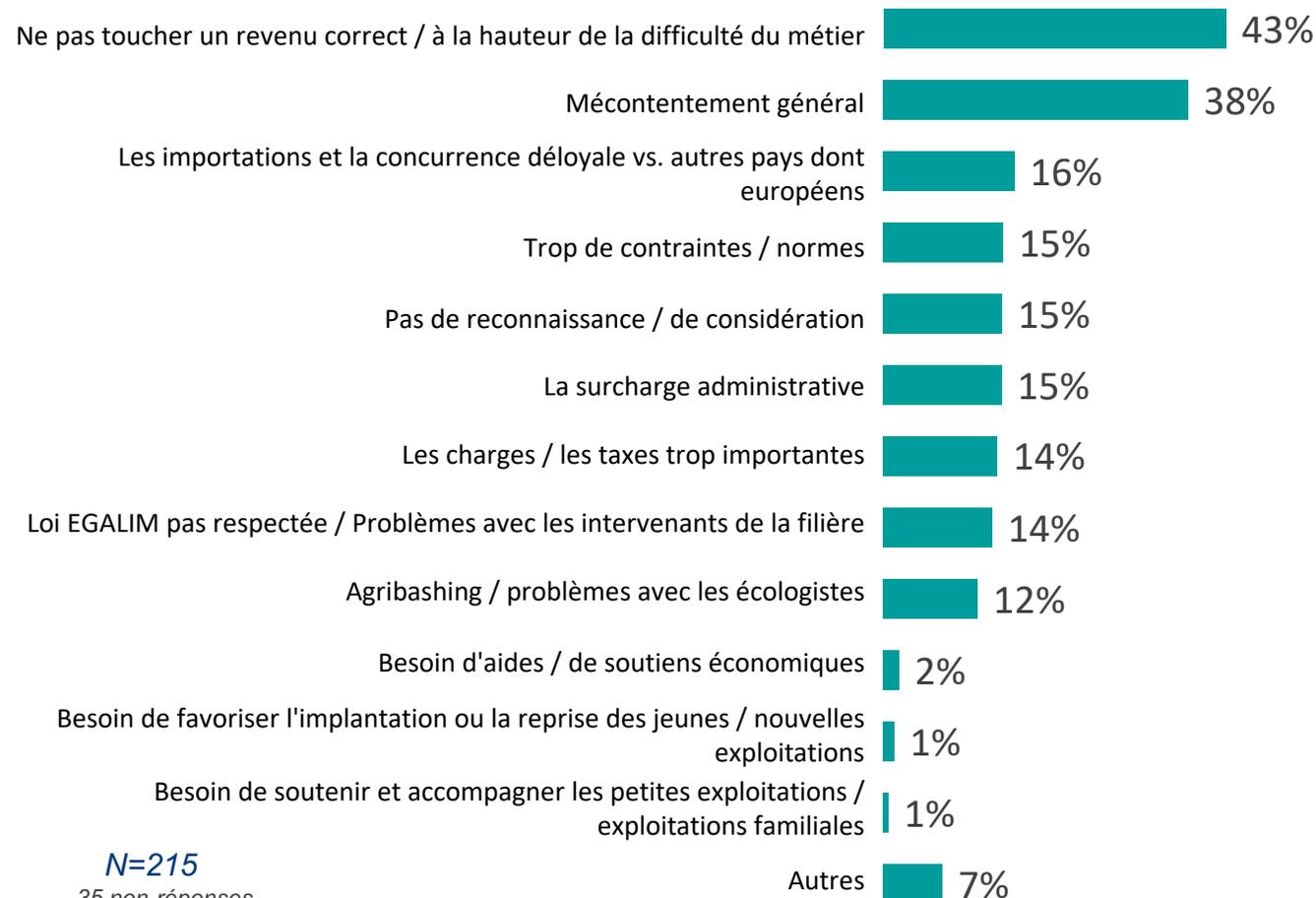
« L'absence de renouvellement des générations, les contraintes de plus en plus fortes, l'absence de considération de la part du grand public, le manque d'attractivité du métier. »

« Une première année en tant que JA (jeune agriculteur) difficile avec des taux d'emprunts qui s'enflamment. Le rachat de stock revendu avec zéro marge car la marge c'est pour les intérêts bancaires. On ne sait pas où on va. J'ai trop de charges. La main d'oeuvre coûte chère, les cotisations coûtent chers. Nous avons besoins d'aides mais il n'y a plus personne ! La vie personnelle en pâtit. On va y laisser notre peau. »

« Concurrence déloyale : les normes et les salaires sont différents entre les pays européens donc les prix de vente sont biaisés. Pire, nous importons des produits de consommation produits avec l'utilisation de phytosanitaires interdits dans notre pays qui permettent de plus gros rendements donc des prix bas que les gens, avec un faible pouvoir d'achat, mais pas que, achètent. »

CE QUI EXPLIQUE LE MOUVEMENT SOCIAL (SPONTANÉ)

Le mouvement se concentre principalement autour du manque de revenu, en décalage avec la charge de travail fournie par les agriculteurs. En messages secondaires, les mentions sont nombreuses de la part des agriculteurs pour expliquer la situation économique délicate dans laquelle se trouve l'agriculture française.



« Moi tous les jours je me lève et je travaille pour du négatif... Il ne me reste même pas le montant de mes primes PAC, donc mon travail ne vaut rien !! Mais qui accepterait ça ? »

« Des voltes-faces du gouvernement permanentes : soutien au bio puis aucune aide, des accords commerciaux négociés en catimini sur le dos des éleveurs (ex. avec le 'Mercosur et la nouvelle Zélande), une prise de conscience des changements climatiques et l'absence d'orientation pour l'agriculture (...). L'absence d'aide pour produire mieux sans intrant et pesticide (agriculture de conservation, bio etc.) et un syndicat, la FNSEA, qui ne représente plus les agriculteurs mais le système agroindustriel. »

« C'est une conjoncture économique compliquée et on semble accabler les agriculteurs pour des choses dont ils n'ont pas la maîtrise : orientation de la politique agricole, prix de l'alimentation, environnement, etc. »

« Elles sont plusieurs : une non-considération de notre métier, une concurrence déloyale d'autres pays qui ne sont pas soumis à la moitié des normes françaises, un gouvernement inactif face à ce genre de crise !! »

« Le revenu agricole est de plus en plus bas, et même cette année, il est négatif pour beaucoup d'agriculteurs. Ça ne pourra pas continuer longtemps avant de nombreuses faillites. »

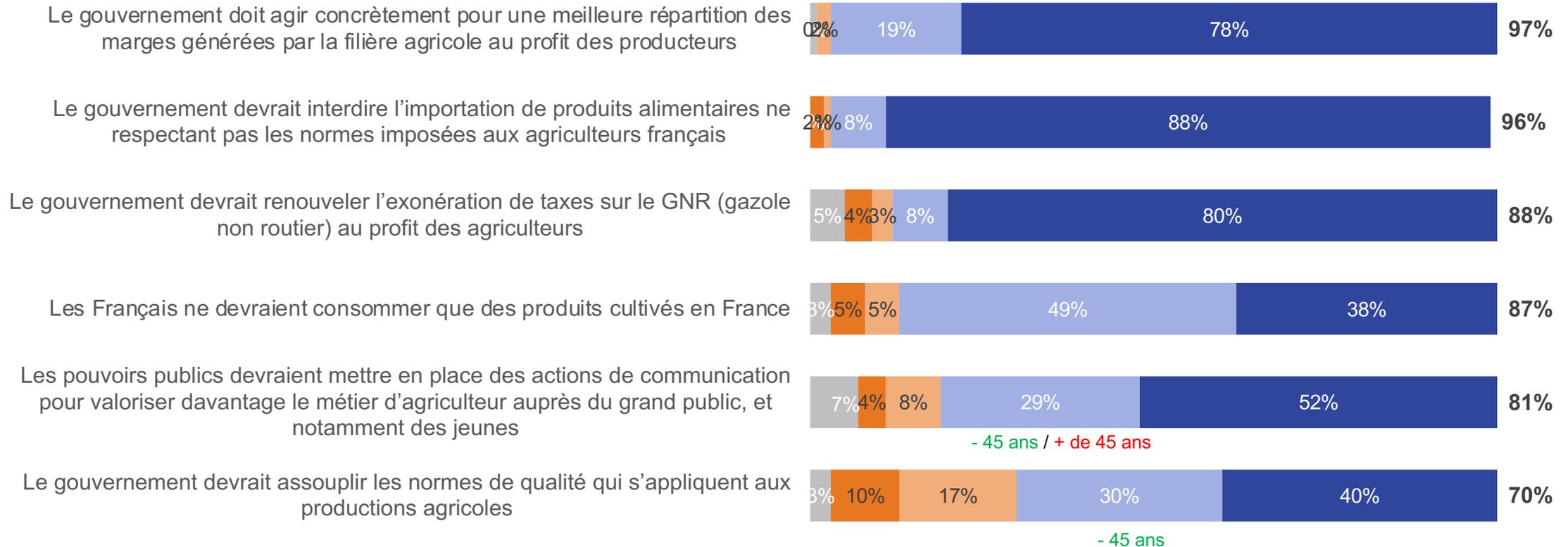
N=215

35 non-réponses

25 – © Ipsos

OPINIONS DES AGRICULTEURS(1/2)

Les attentes sont nombreuses mais 3 mesures remportent un soutien très massif avec environ 80% de tout à fait d'accord : mieux répartir les marges au sein de la filière, interdire l'importation de produits ne respectant pas les normes françaises et exonérer de taxe les agriculteurs sur le GNR.

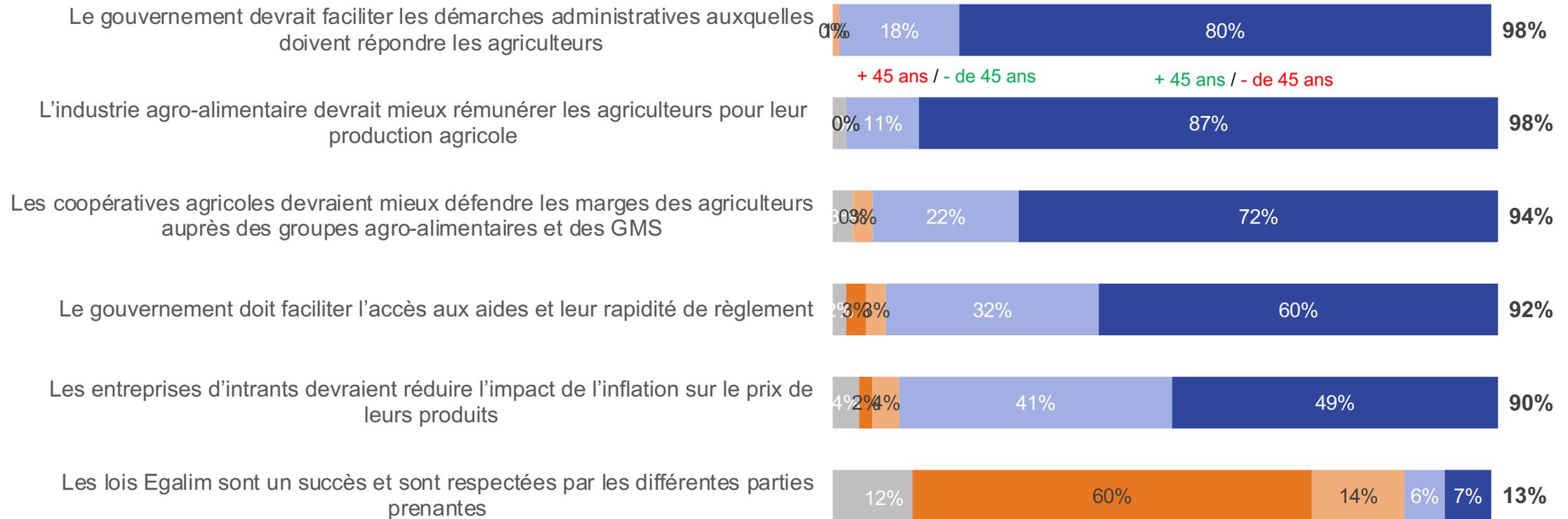


Base totale n=250

■ Ne sait pas ■ Pas du tout d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Tout à fait d'accord TOTAL D'ACCORD

OPINION DES AGRICULTEURS(2/2)

L'échec des lois EGALIM est retentissant aux yeux des agriculteurs avec 74% d'entre eux qui se montrent insatisfaits. Sans surprise, les mesures en lien avec la défense de leurs marges sont plébiscitées ainsi que la facilitation des démarches administratives qui est unanimement attendue.

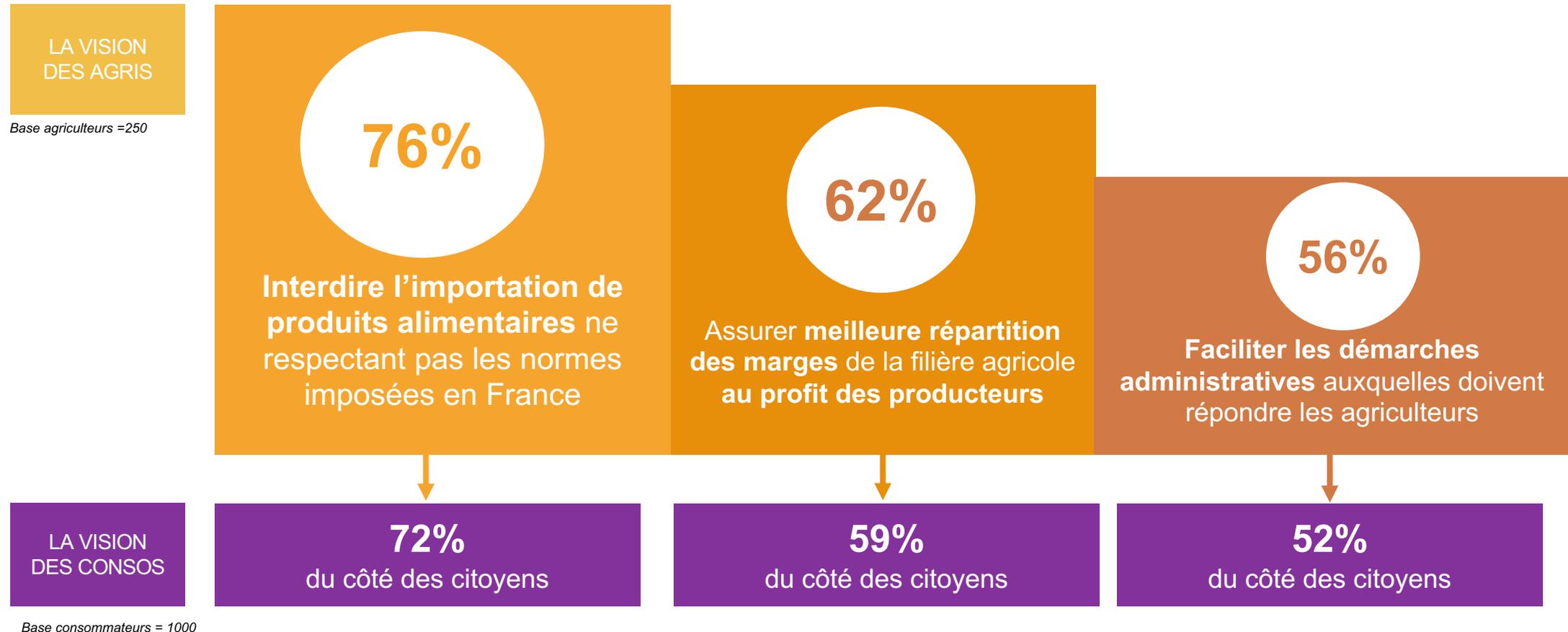


Base totale n=250

■ Ne sait pas ■ Pas du tout d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Tout à fait d'accord TOTAL D'ACCORD

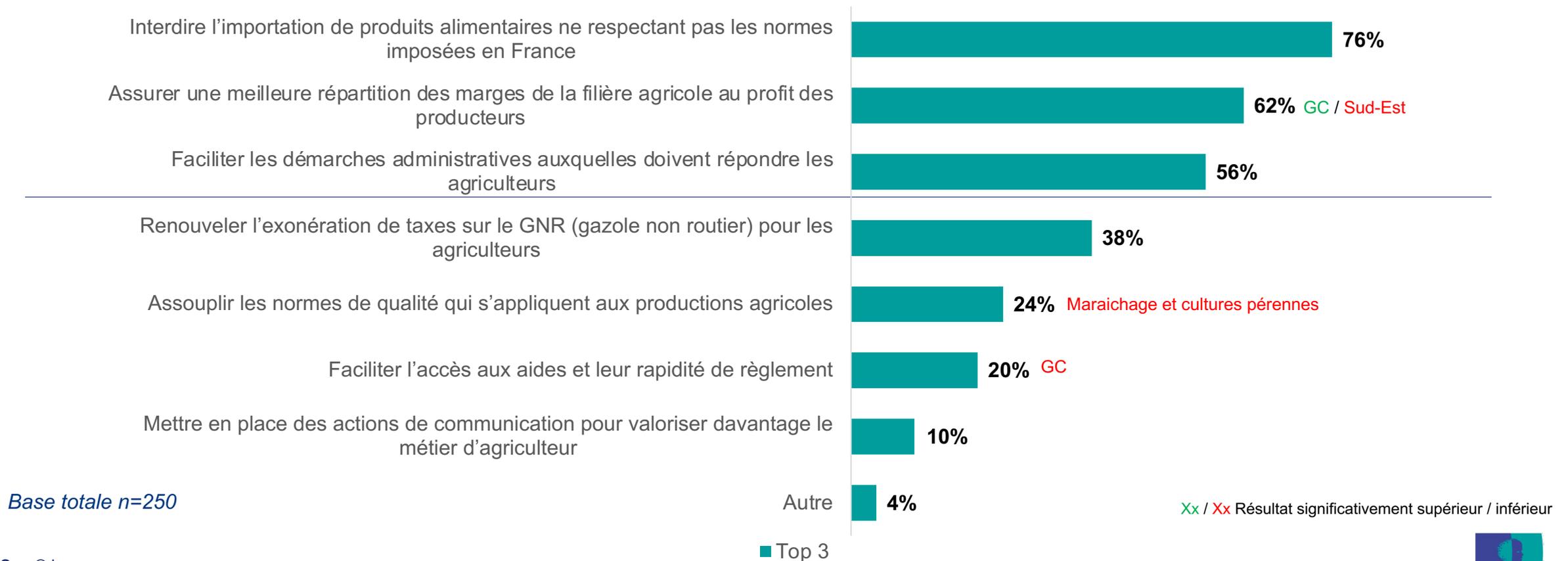
LES ACTIONS GOUVERNEMENTALES PRIORITAIRES – TOP 3

Un constat sans appel et une vision miroir frappante entre consommateurs et agriculteurs qui appuient en cela les revendications du mouvement social : interdire l'importation de produits alimentaires non-conformes aux normes françaises, une meilleure répartition des marges dans la filière et une facilitation des démarches administratives pour les agriculteurs.



LES ACTIONS GOUVERNEMENTALES PRIORITAIRES

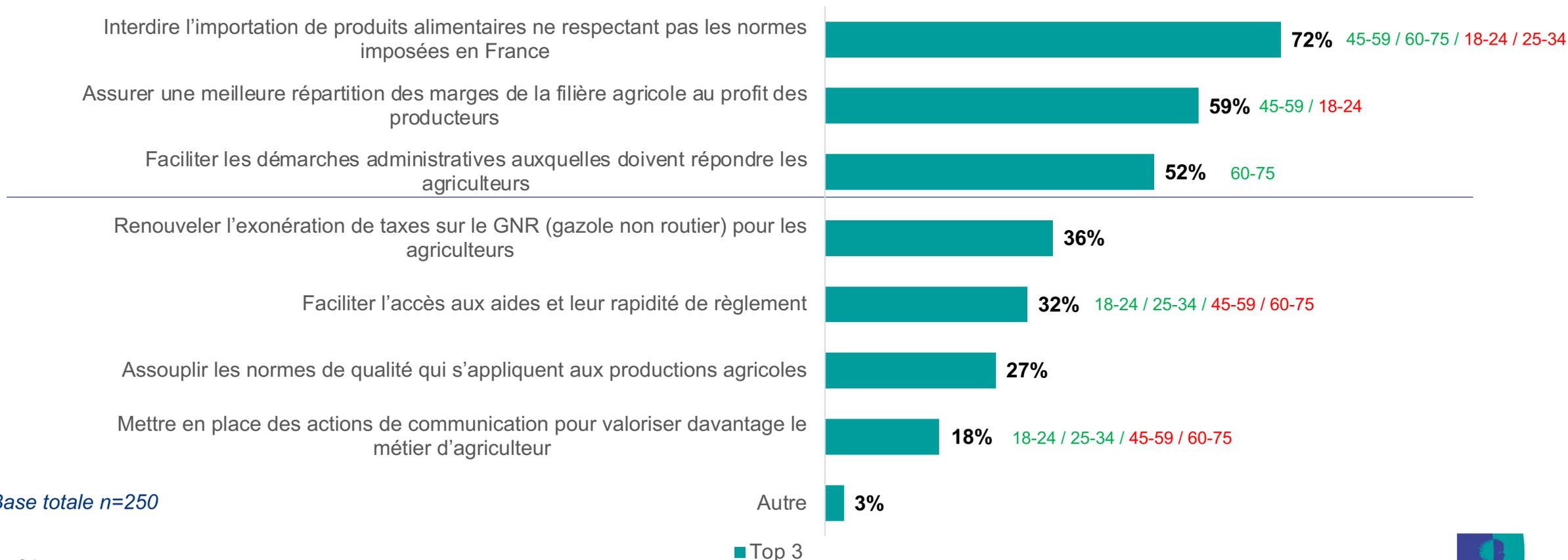
3 grandes mesures prioritaires pour les agriculteurs : interdire l'importation de produits ne respectant pas les normes de production française, mieux appliquer la loi Egalim et faciliter les démarches administratives, trop lourdes pour les agriculteurs. Le gel de la fin d'exonération sur le GNR, une des premières mesures prises par le gouvernement, semble être avant tout un effet d'annonce : les agriculteurs appellent plutôt à des changements en profondeur du système actuel.



Base totale n=250

LES ACTIONS GOUVERNEMENTALES PRIORITAIRES

Côté consommateurs, les mêmes actions sont priorisées, à quelques écarts près. Tous souhaitent un protectionnisme plus accru pour soutenir les agriculteurs et l'agriculture française.



Base totale n=250

IPSOS.DIGITAL

Des insights consommateurs rapides et
fiables sur notre plateforme DIY

FAST FACTS ET L'OMNIBUS SONT LES SOLUTIONS DIY D'IPSOS POUR VOS PROJETS QUANTITATIFS AD HOC



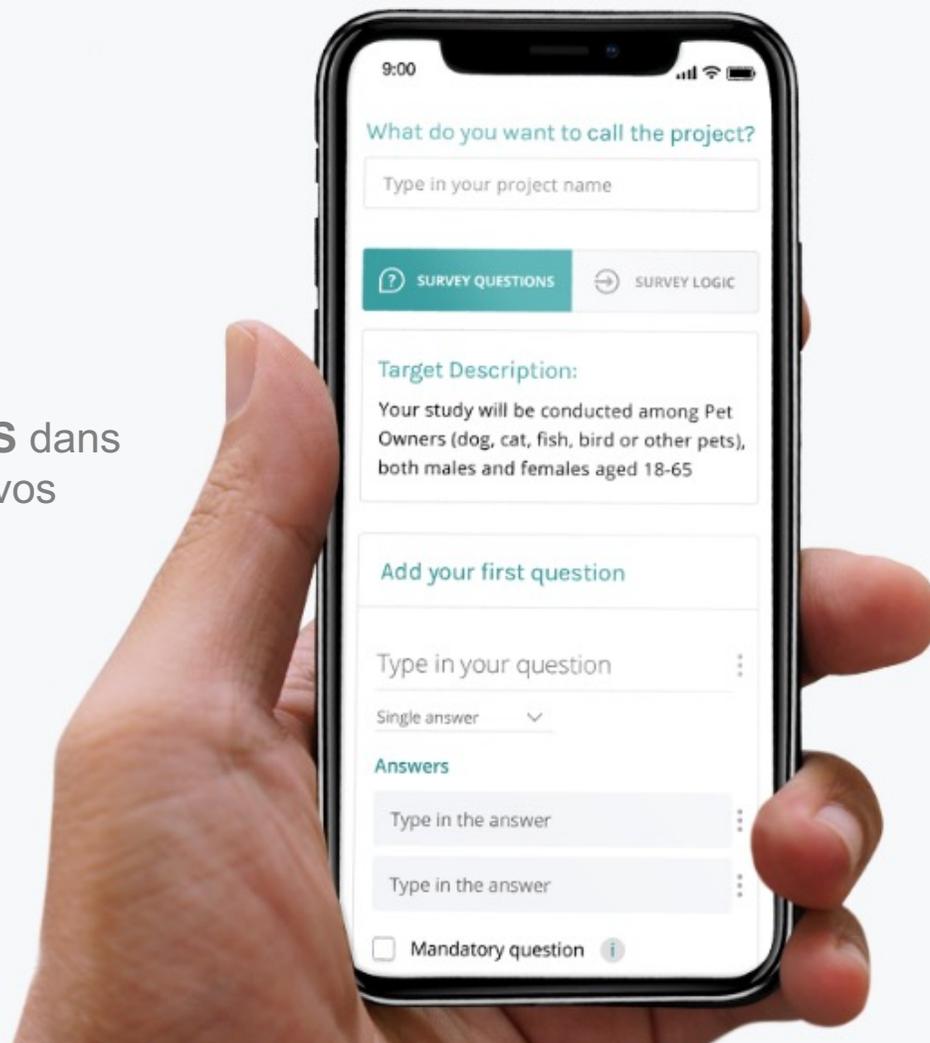
Créez votre enquête dans une **PLATEFORME DIY** compatible PC, tablettes et smartphones pour obtenir des **REPONSES RAPIDES ET FIABLES**.



Accédez à de **NOMBREUX REpondants** dans un **grand nombre de pays** afin de mener vos **projets quantitatifs ad-hoc**.



Accédez aux résultats en ligne, au travers de **TABLEAUX DE BORD INTUITIFS** et d'exports Excel et PowerPoint.



ACCÉDEZ A DES PANÉLISTES FIABLES, A L'ÉCHELLE MONDIALE



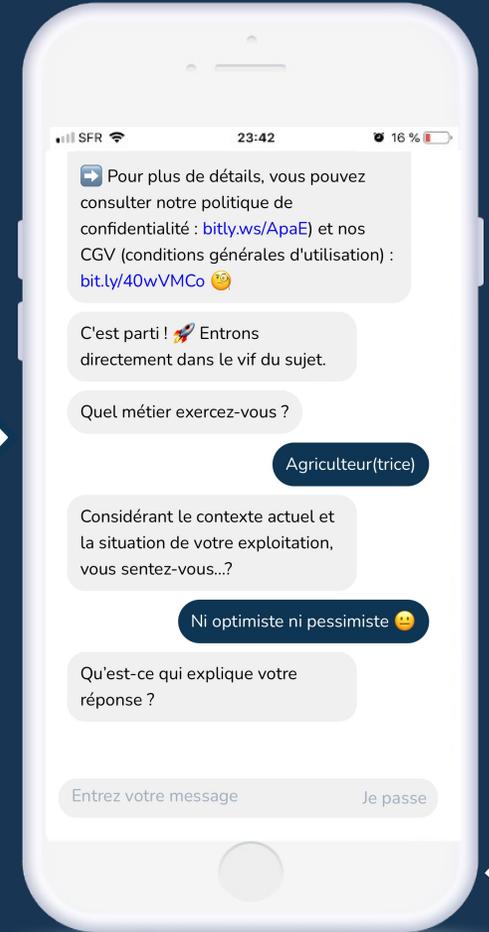
La qualité de la donnée commence par la qualité de l'échantillon. C'est notre conviction. Nos procédures qualité sont reconnues pour être à la pointe de l'industrie et nous distinguent de nos concurrents.



- ▶  Accès aux panélistes **entièrement intégré** à la plateforme
- ▶  **700** échantillons prédéfinis
- ▶  Possibilité de construire votre **échantillon spécifique**

ETUDE RÉALISÉE AVEC NOTRE PARTENAIRE episto

Episto diffuse des campagnes de publicité ultra-ciblées sur les réseaux sociaux **pour recruter des répondants qualifiés**



Les répondants intéressés sont redirigés sur un **questionnaire conversationnel engageant**

Les réseaux sociaux : le plus grand réservoir de répondants

Nombre d'utilisateurs actifs sur
les réseaux sociaux :

4.6Mds

dans le monde

soit **58%**
de la population
mondiale

80%

En France

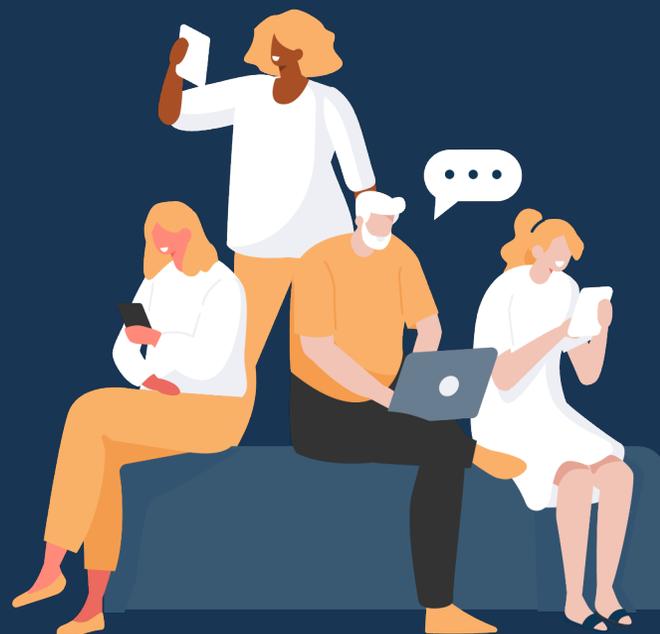
Le temps moyen passé sur les réseaux sociaux
et messageries instantanées par individu :

2H27

dans le monde

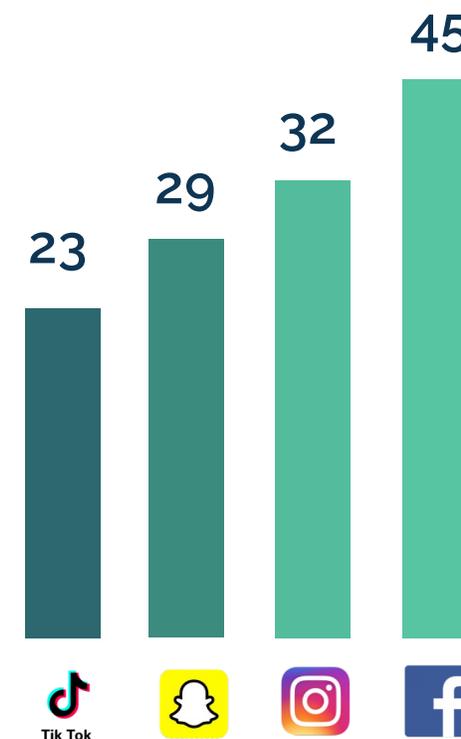
1H46

en France



On y trouve toutes les générations

Âges moyens des utilisateurs :



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), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (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 - AGRICULTEURS

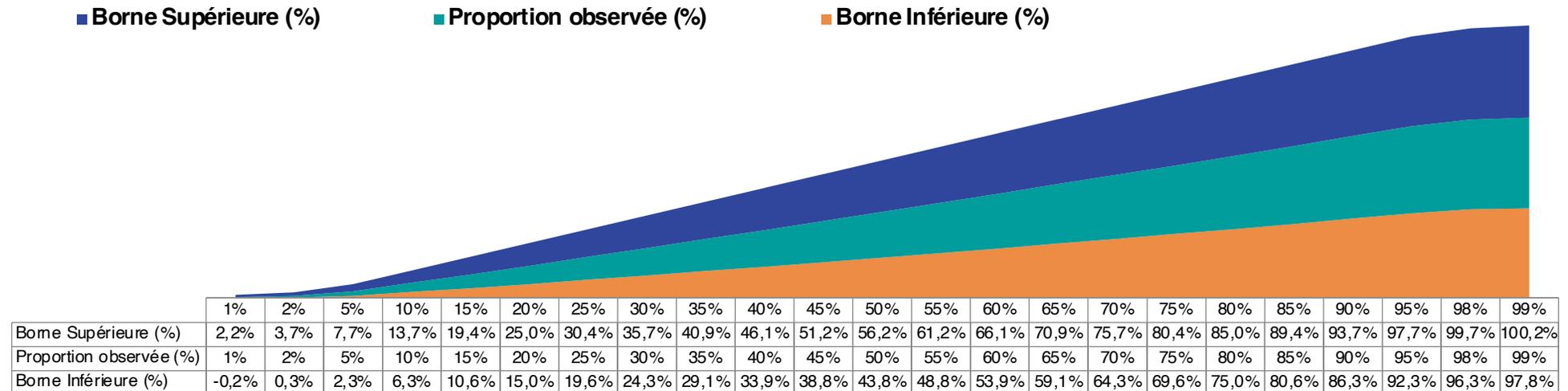


Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **250**

Les proportions observées sont comprises entre :



FIABILITÉ DES RÉSULTATS - CONSOMMATEURS

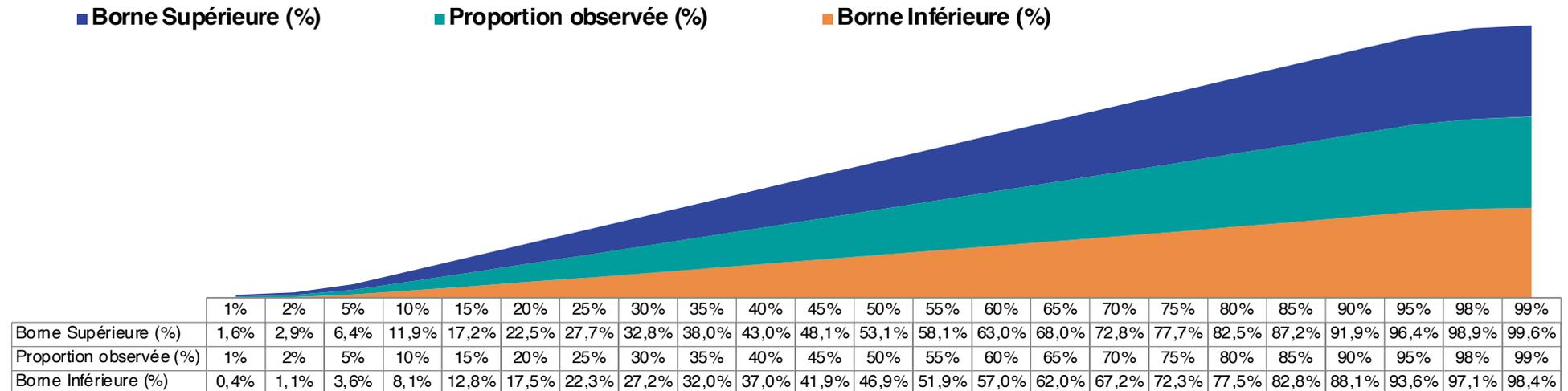


Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1000**

Les proportions observées sont comprises entre :



LE MATÉRIEL D'ÉTUDE

Agriculteurs



Document
Microsoft Word

Consommateurs



Document
Microsoft Word

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

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

