



Etude Agrinantes 2024

 27 septembre 2024

 14h - 16h

AU PROGRAMME :

14h00 Début du Talk

- Etude Agrinantes 2024
- Etude de cas



A savoir :

Vous recevrez l'intégralité de l'étude Agrinantes 2024 la semaine prochaine.

15h45 Questions/réponses

16h00 Fin du Talk





Mikael Menager

Directeur ADquation



Benjamin Lesobre

Directeur La Factory



Thierry Philippet

Directeur des revenus digitaux





Leader des médias agricoles **en France**

1^{er} groupe média B to B dans son UC



17 médias
10 services experts



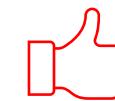
250 000
Lecteurs print / digital



303 collaborateurs
160 journalistes

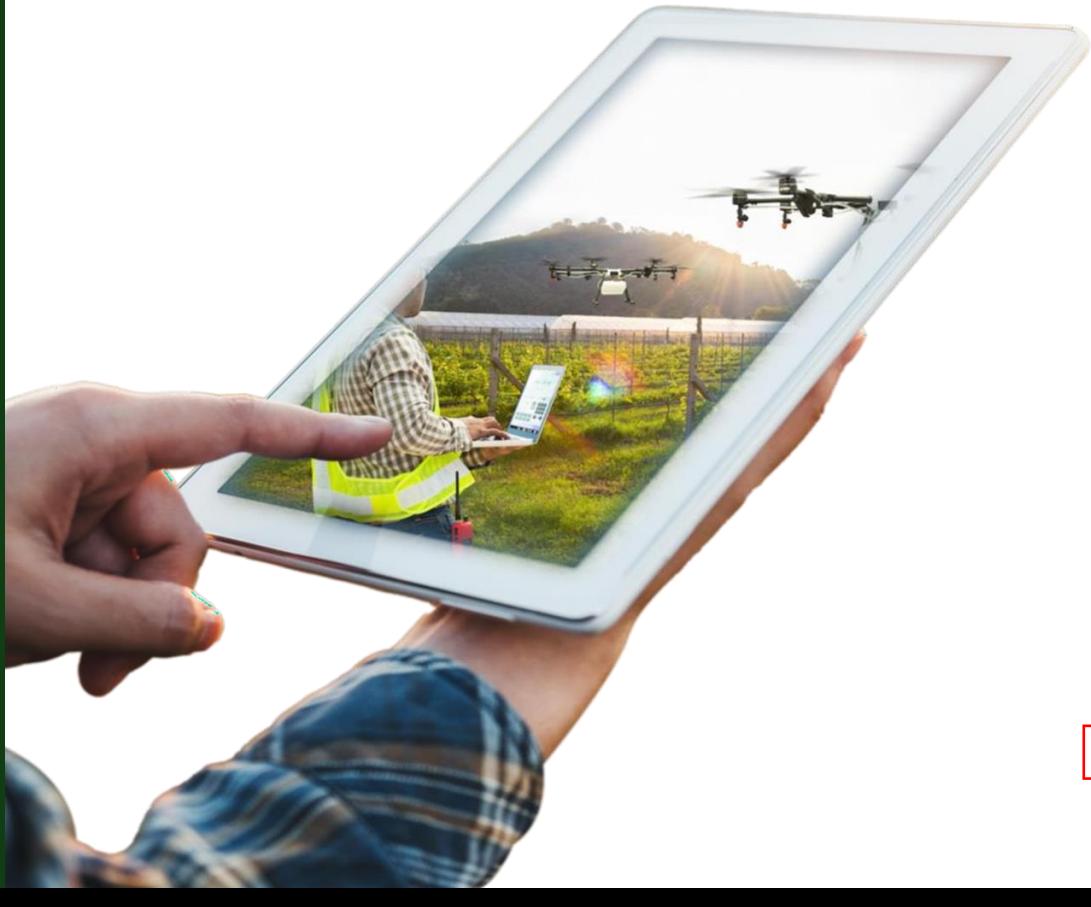


11 millions
de pages vues / mois



90% des Agriculteurs Français
engagés par nos marques

Comprendre, mesurer, innover et construire avec vous l'Agriculture de Demain



2006 Création ADquation

2021 Intégration au Groupe Isagri

2022 Fusion ADquation - Datagri



26 salariés permanents

100 Enquêteurs terrain

30 Enquêteurs téléphoniques



4 500 Agritesteurs

10 000 Panélistes

Réseau d'agriculteurs engagés au service
d'une agriculture plus performante et durable



70 000 Interviews par an

25% de notre activité à l'international

A photograph of a man from the side, wearing a cap and a light-colored button-down shirt. He is holding a tablet in his hands, looking at it while standing in a field of green crops under a bright sky.

AGRINAUTES

2024

Équipements et usages

des agriculteurs sur internet

Vous avez le droit d'utiliser ces informations à condition de citer systématiquement :

« étude Agrinautes 2024 réalisée par ADquation pour NGPA »

LA POPULATION ÉTUDIÉE



LA POPULATION ÉTUDIÉE

Enquête administrée par téléphone et par internet auprès des exploitations agricoles professionnelles avec une orientation Grandes Cultures / Polyculture élevage / Élevage :

- Par téléphone auprès de **1 145 exploitations agricoles**
- Par Internet auprès de **850 exploitants agricoles**

Toutes les questions n'ont pas été administrées par les 2 canaux. La base de répondants ainsi que le canal est spécifié sur chaque page.

Les résultats sont redressés sur l'activité et la région – pour être représentatifs de la population agricole des exploitations professionnelles en orientation Grandes Cultures / Élevage / Polyculture élevage.

(Référentiel de redressement – Agreste 2020)

AGRINAUTES 2024

L'étude Référence des usages numériques des exploitants agricoles (*Édition 2024*)

LA POPULATION ÉTUDIÉE

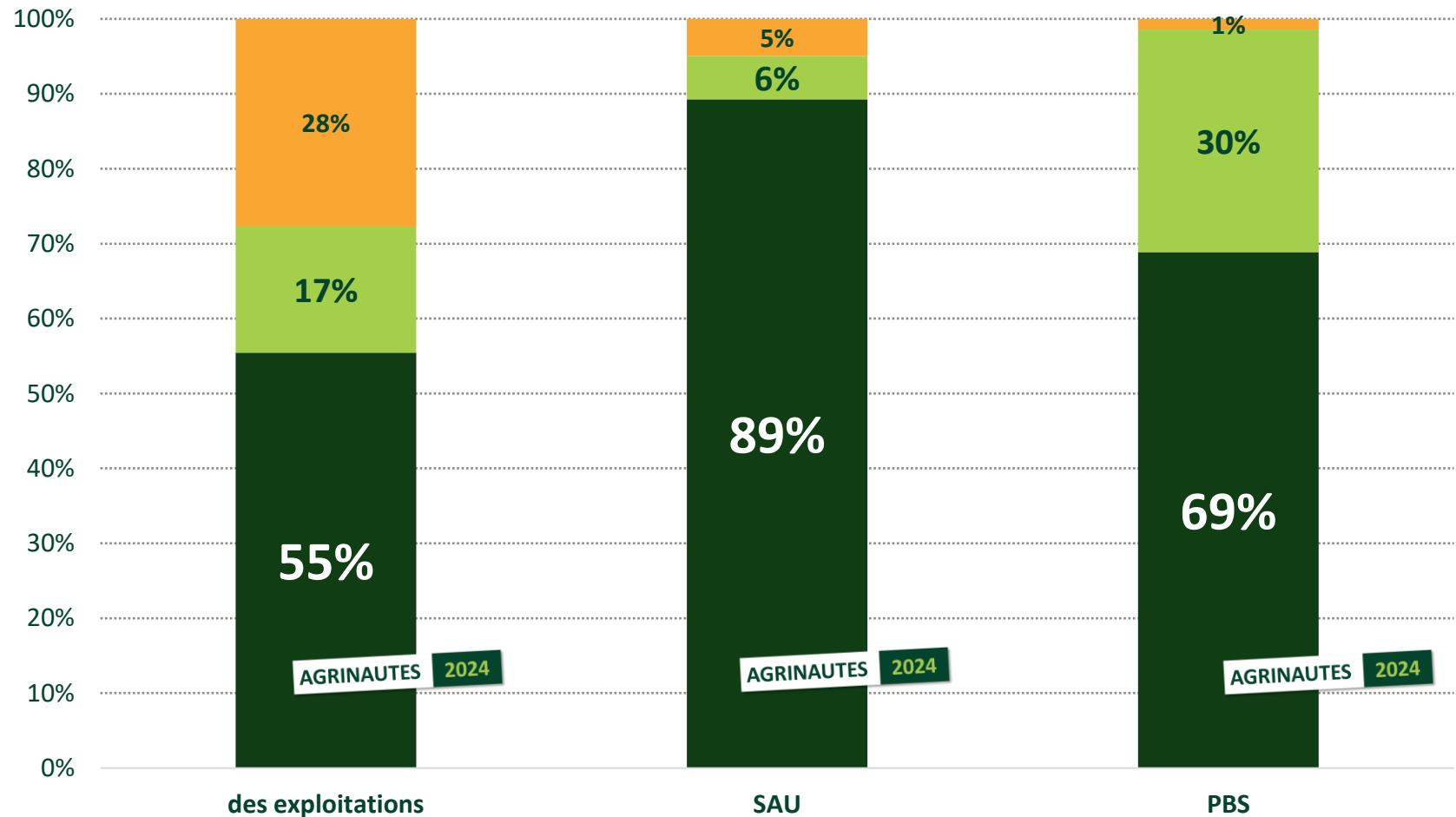


Exploitations professionnelles : PBS > 25k€

Petites exploitations : 25 K€ < PBS < 100 K€ (36% des expl. Pro)

Moyennes exploitations : 100 K€ < PBS < 250 K€ (36% des expl. Pro)

Grandes exploitations : PBS >= 250 K€ (28% des exploit. Pro)



- Micro exploitations **exclues** (PBS < 25k€)
- Exploitations professionnelles **exclues** (viticulture, maraîchage, horticulture)
- Exploitations professionnelles **interrogées** (grandes cultures, polyculture élevage, élevage)

LES MOYENS DE CONNEXION À INTERNET

Supports de connexion à Internet

Couverture réseau mobile sur l'exploitation et dans les parcelles

Fréquence de connexion

Les raisons de l'utilisation d'Internet à titre professionnel...

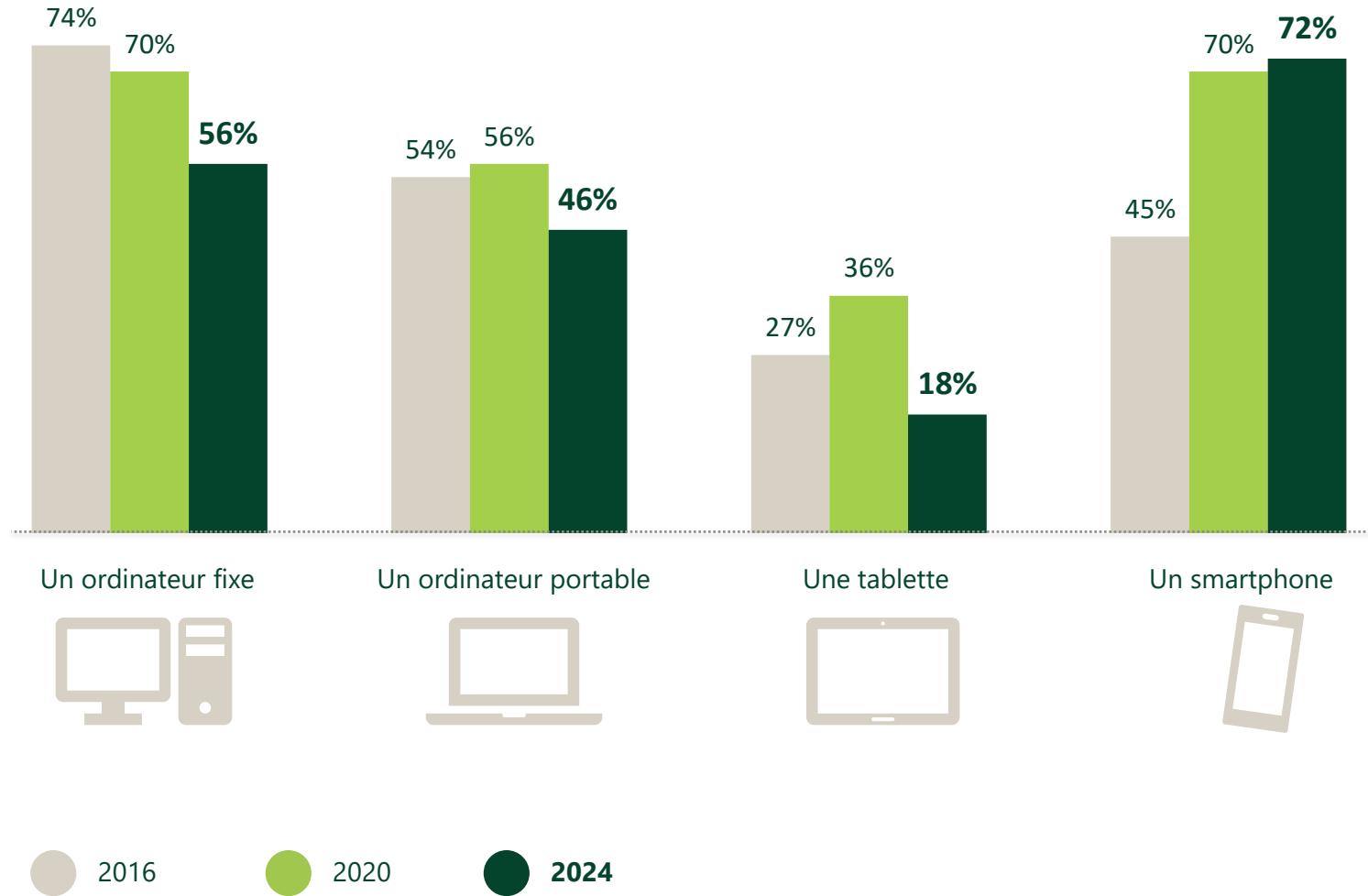
Partie 1

L'ordinateur 1^{er} support en 2024 et **le smartphone continue sa progression.**



Les taux d'équipement sont plus importants (environ 10 points de plus par support).

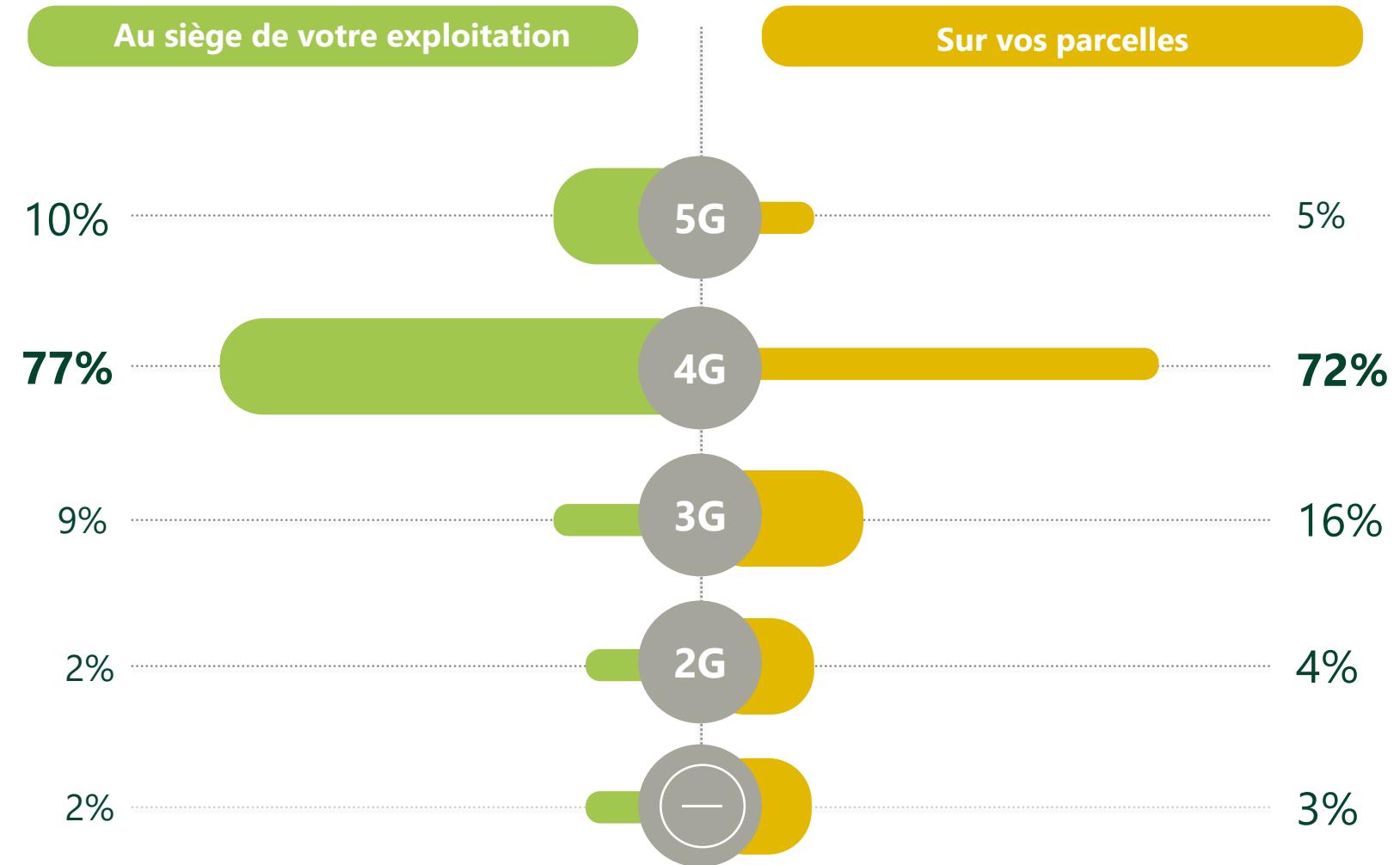
Pour vous connecter à Internet ou à vos outils numériques, vous utilisez...



Partie 1

De quelle couverture réseau bénéficiez-vous ?

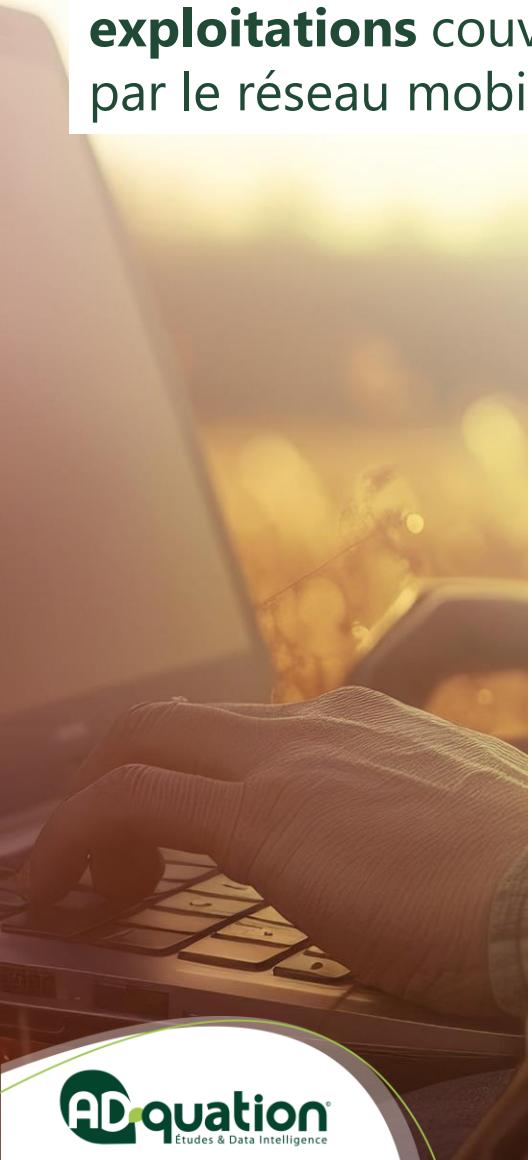
Plus de 98% des exploitations couvertes par le réseau mobile



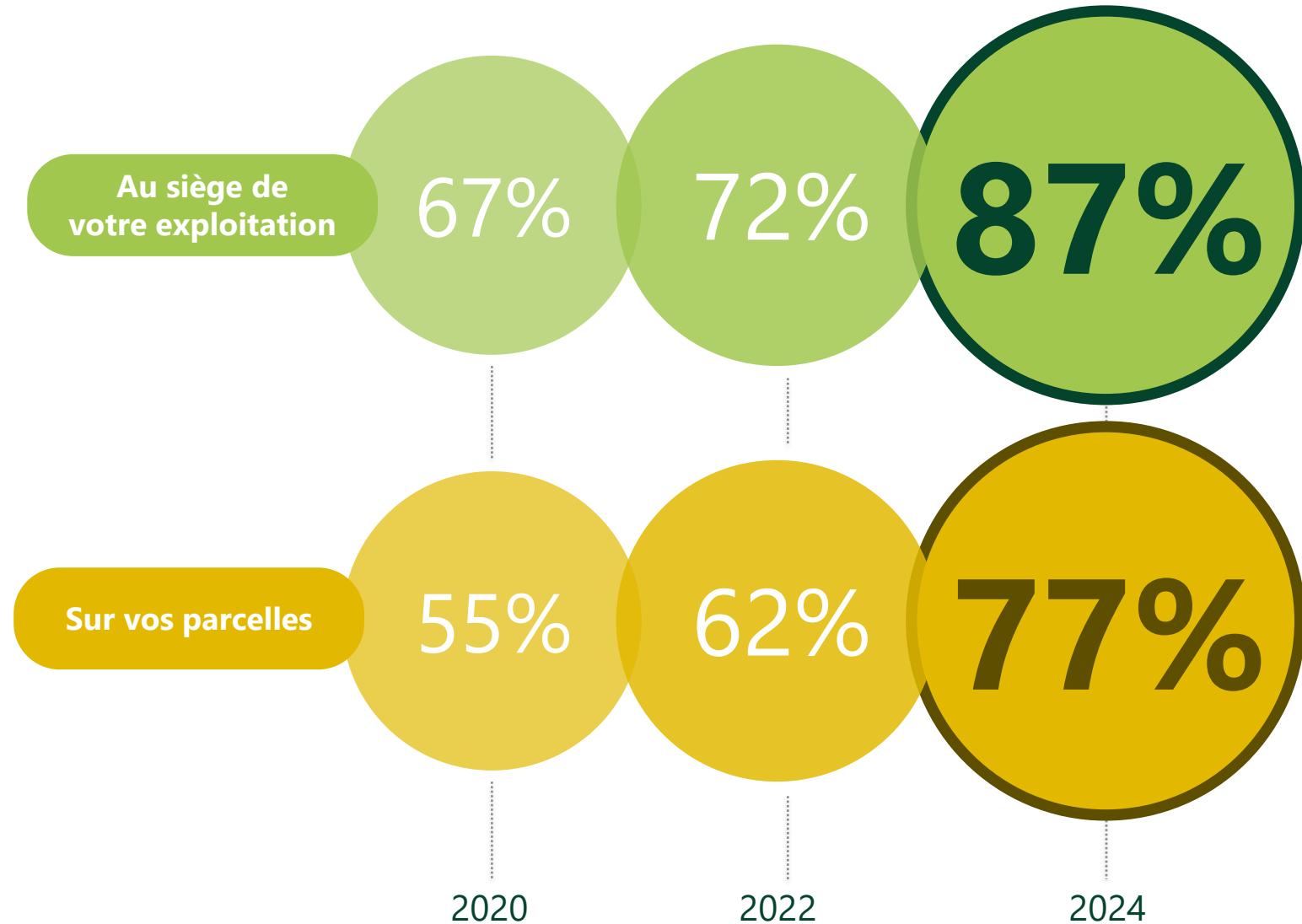
Base répondants par téléphone : 1 034

Partie 1

Plus de 98% des exploitations couvertes par le réseau mobile



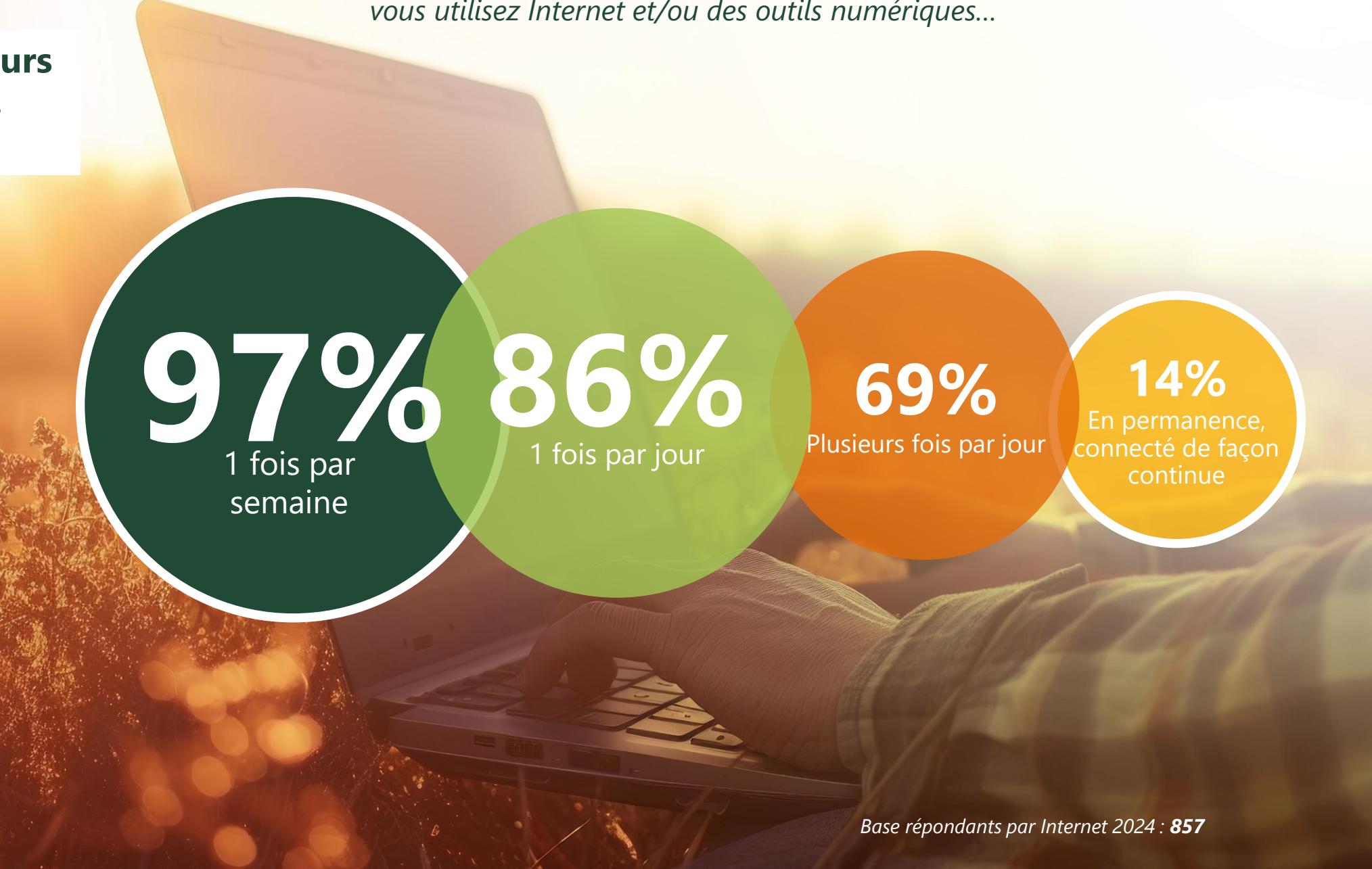
Évolution de la couverture réseau mobile 4G et plus...



Base répondants par téléphone : 1 034

86% des agriculteurs
se connectent tous
les jours à Internet

*En général, dans le cadre de votre métier, diriez-vous que
vous utilisez Internet et/ou des outils numériques...*



97%

1 fois par
semaine

86%

1 fois par jour

69%

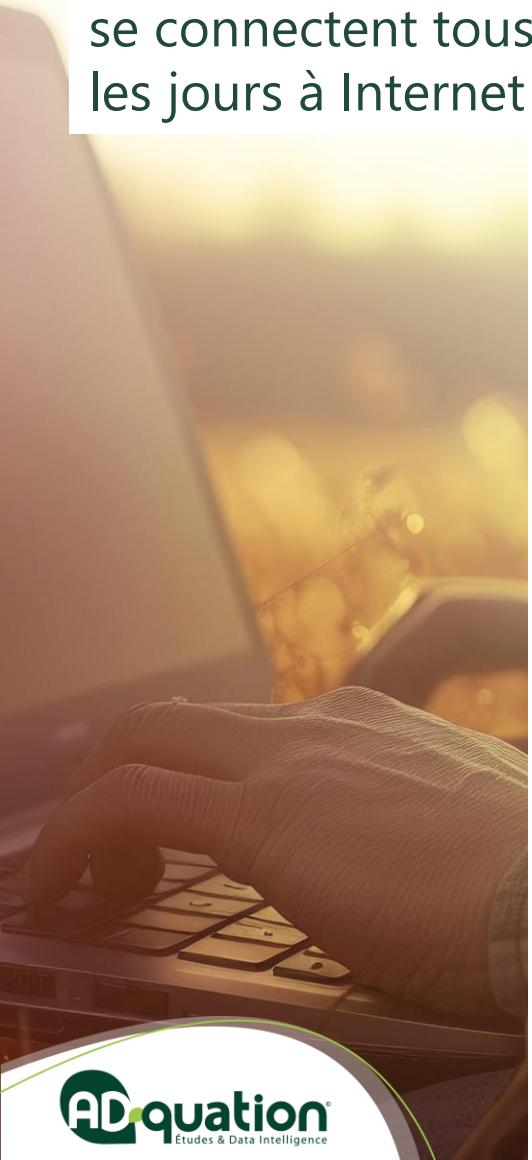
Plusieurs fois par jour

14%

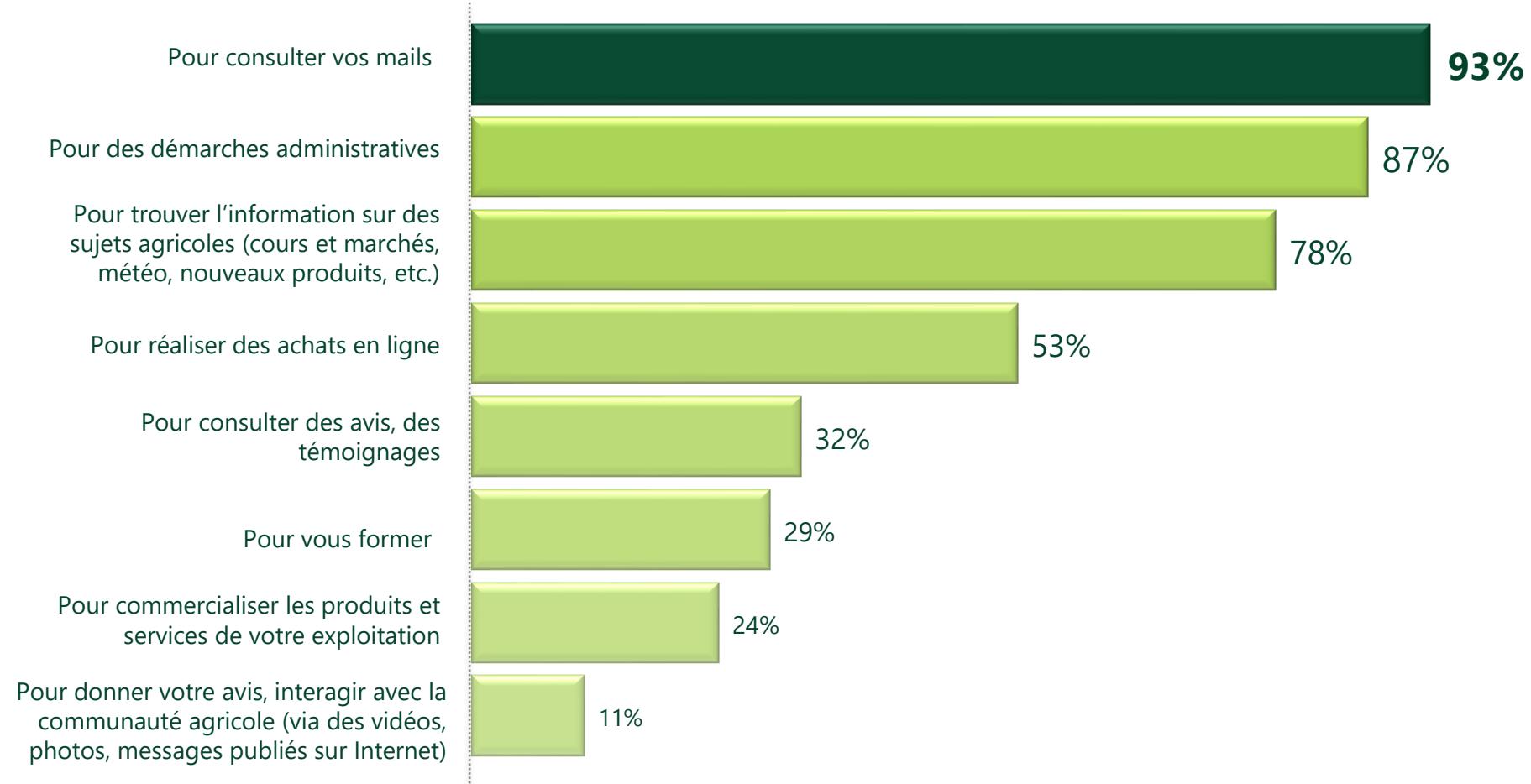
En permanence,
connecté de façon
continue

Partie 1

86% des agriculteurs
se connectent tous
les jours à Internet



*Pour quelles raisons utilisez-vous Internet et/ou des outils numériques
dans le cadre de votre activité agricole ?*



Base répondants par Internet : 857

INTERNET, POUR S'INFORMER ET SE FORMER



INTERNET, POUR S'INFORMER ET SE FORMER



Ensemble des agriculteurs

Élevage

Polyculture-
Élevage

Grandes Cultures

Suivre les actualités agricoles ou les actualités de votre filière

89%

88%

85%

96%

Suivre les cotations et analyses de marchés

79%

64%

78%

89%

Suivre les prévisions météo

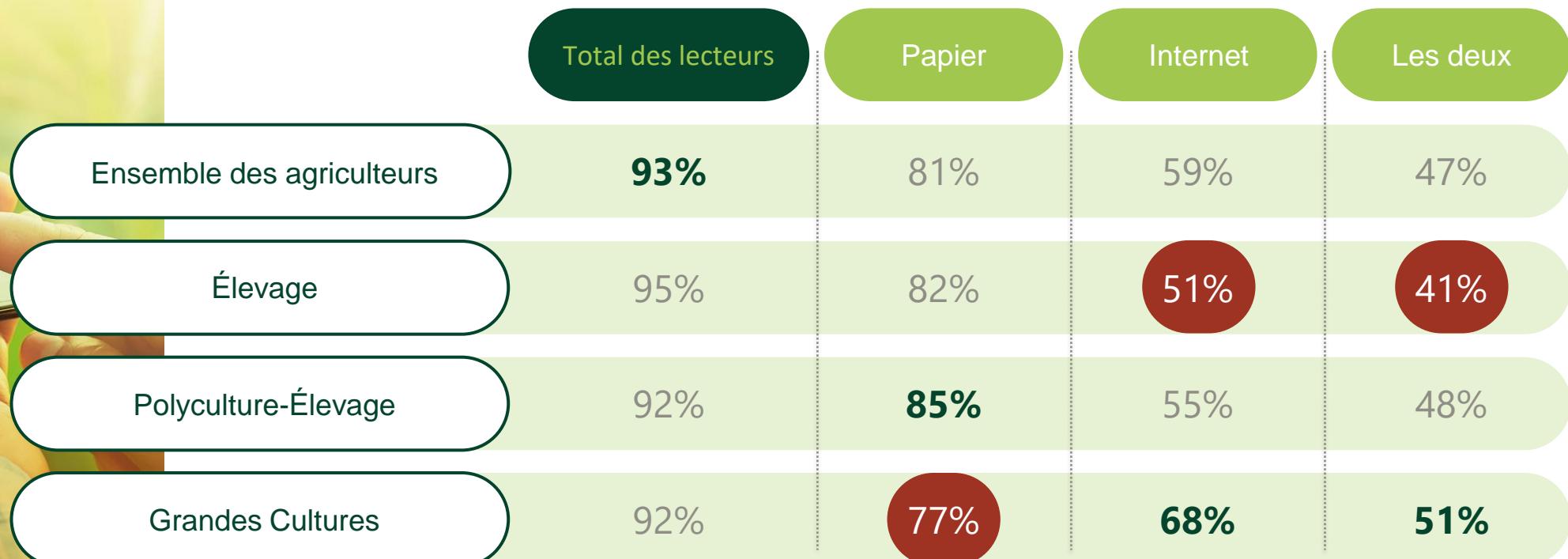
97%

94%

97%

99%

93% des agriculteurs
sont lecteurs de la
presse agricole



Sur quels sites avez-vous l'habitude de regarder des vidéos pour votre métier ?

93% des agriculteurs
consultent des vidéos
sur Internet

¾ des vidéos sont
regardées sur
 **YouTube**



YouTube

71%

Vous passez par votre moteur de recherche, par exemple Google

40%



Sites internet des fabricants de matériel agricole, des firmes, des distributeurs

34%

Sites internet d'organismes professionnels (Chambre d'Agriculture, syndicats, etc.)

33%

Sites internet de presse en ligne

26%

Autres, préciser

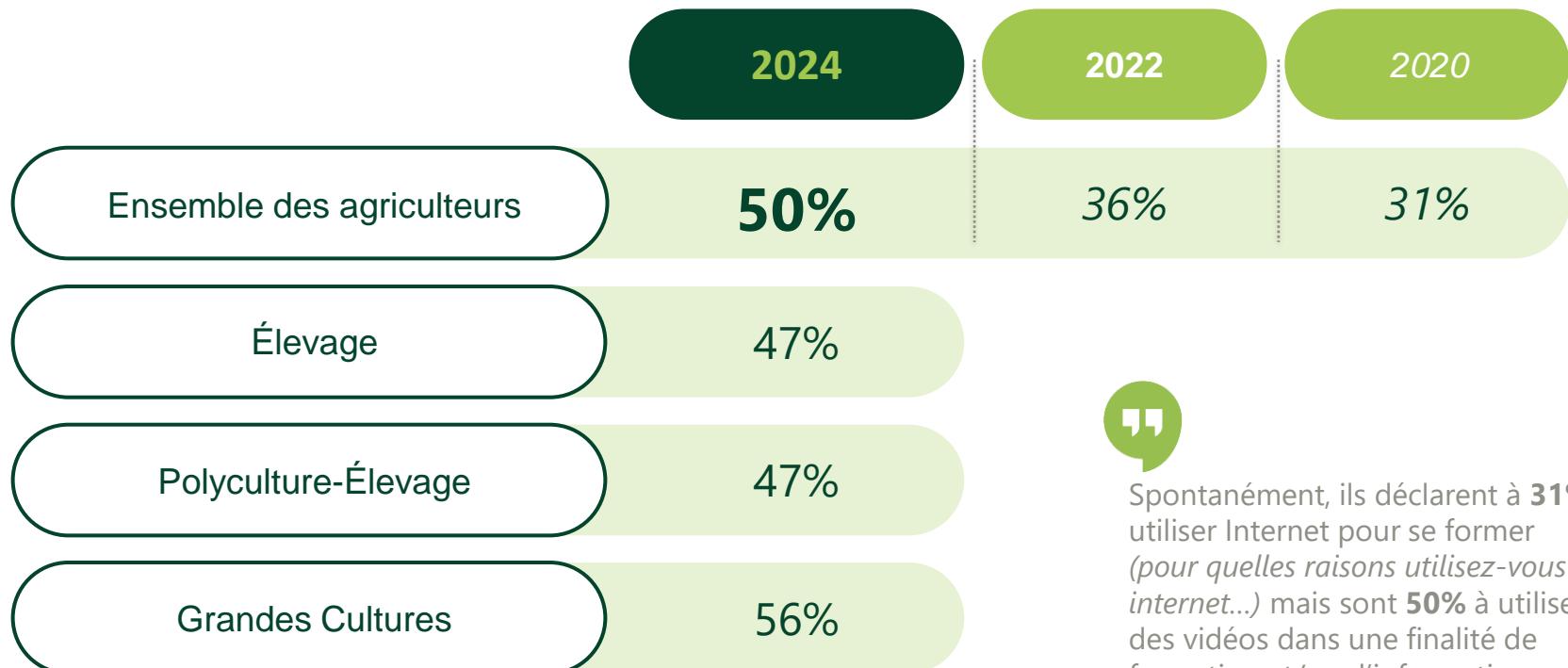
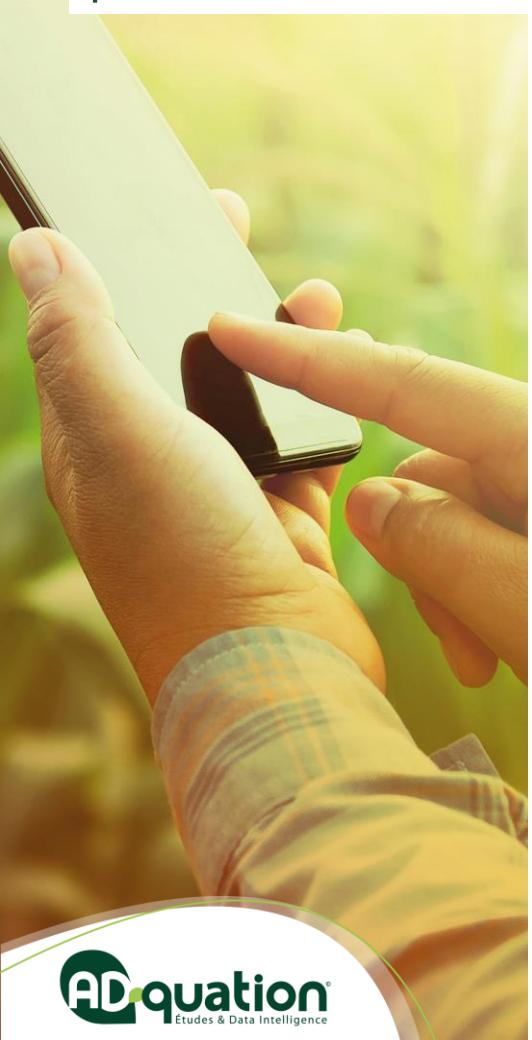
24%

2%

Base répondants par Internet « Consultent des vidéos sur Internet » : 748 (857)

Utilisez-vous des vidéos pour vous former (MOOC, webinaires, tutos, démonstrations...) ?

50% des agriculteurs utilisent des vidéos pour se former



Spontanément, ils déclarent à **31%** utiliser Internet pour se former (*pour quelles raisons utilisez-vous internet...*) mais sont **50%** à utiliser des vidéos dans une finalité de formation et/ou d'information.

FOCUS

E-MAIL
ET SMS



FOCUS E-MAIL ET SMS

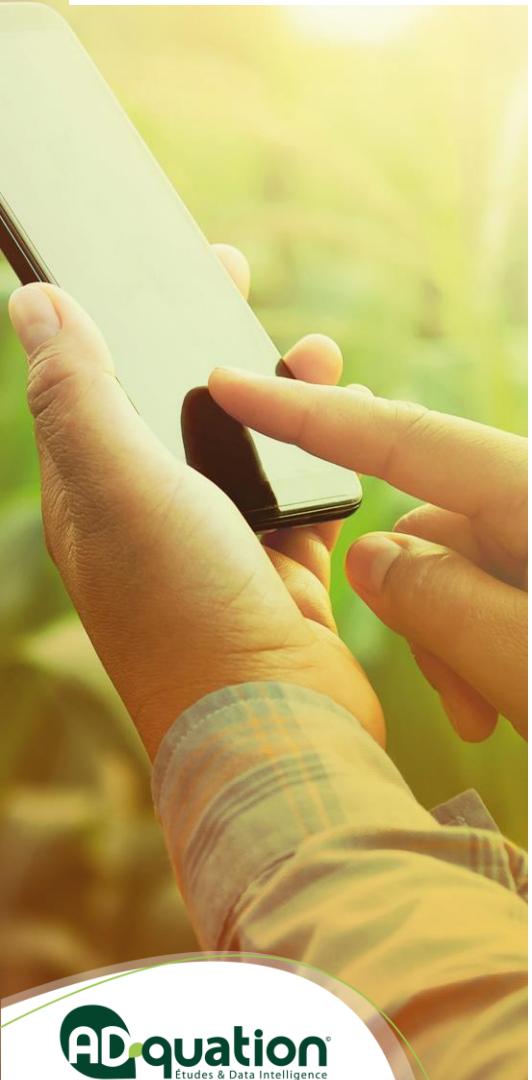


60 emails
sur des sujets non agricoles
par semaine

28 emails
sur des sujets agricoles
par semaine

Quel est le niveau de sollicitation perçu ?

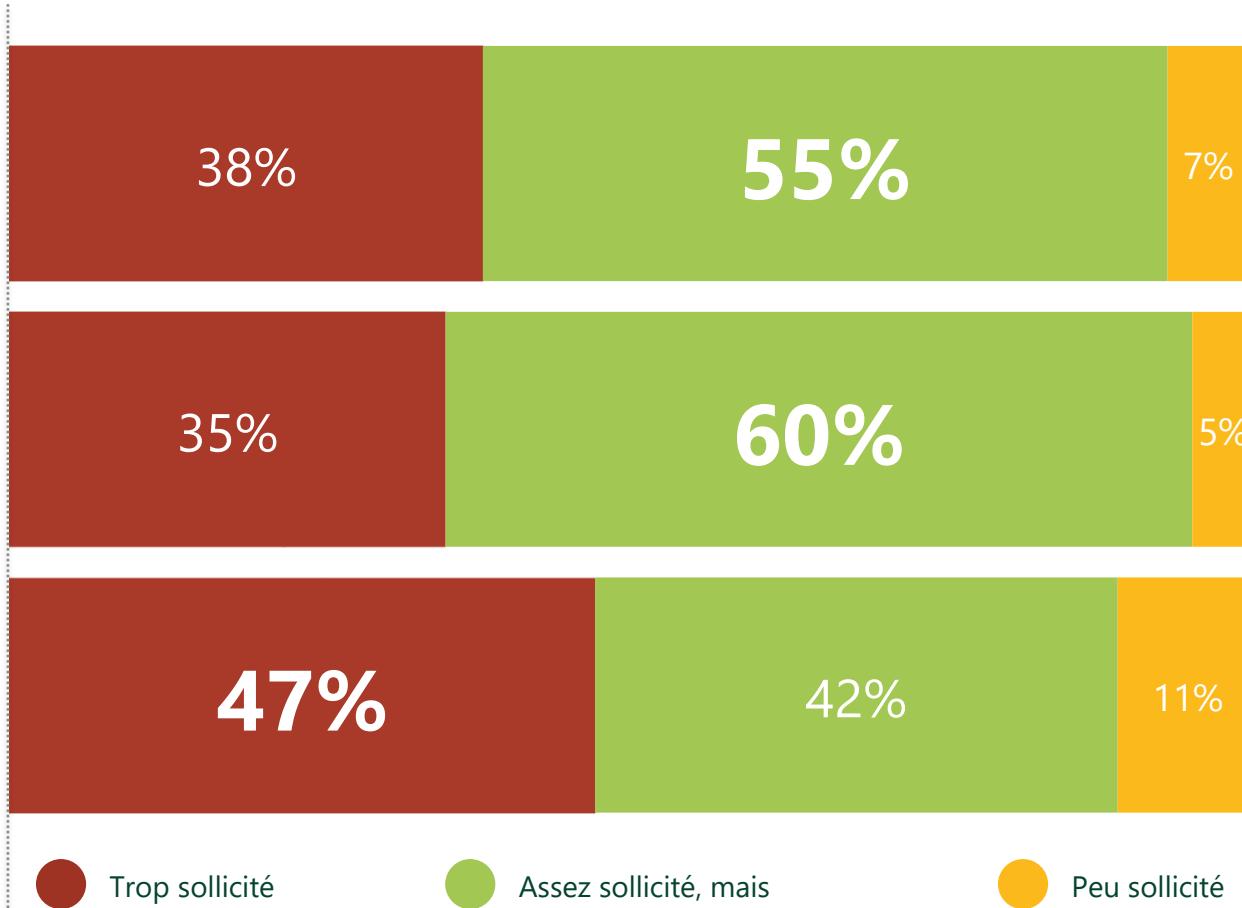
Sollicitation par emails sur des **sujets agricoles**



2024

2020

2016



● Trop sollicité

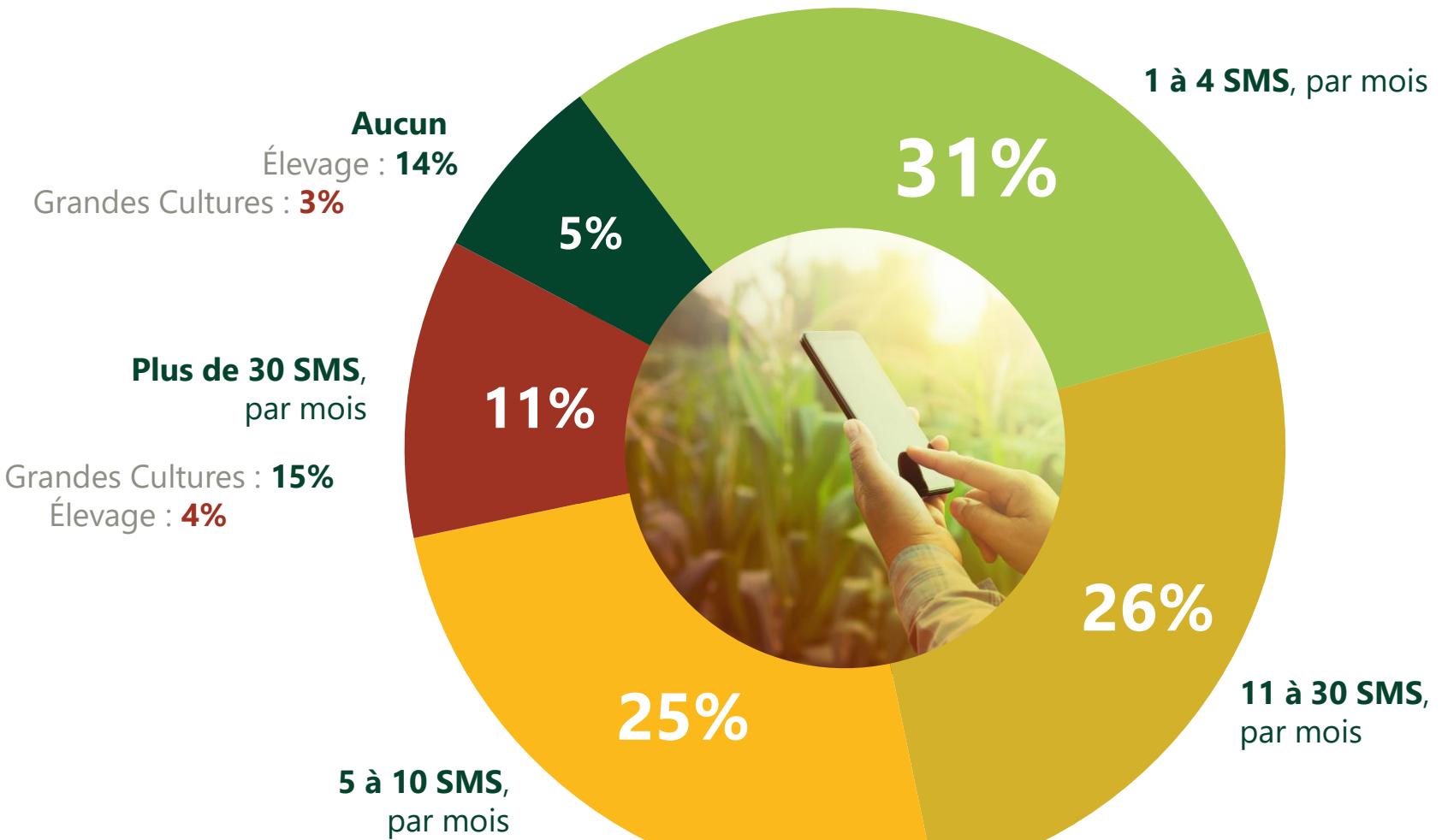
● Assez sollicité, mais
cela reste raisonnable

● Peu sollicité

Base répondants par Internet : 857

Combien de SMS de sollicitation commerciale ou d'informations produit recevez-vous par mois sur votre téléphone portable ?

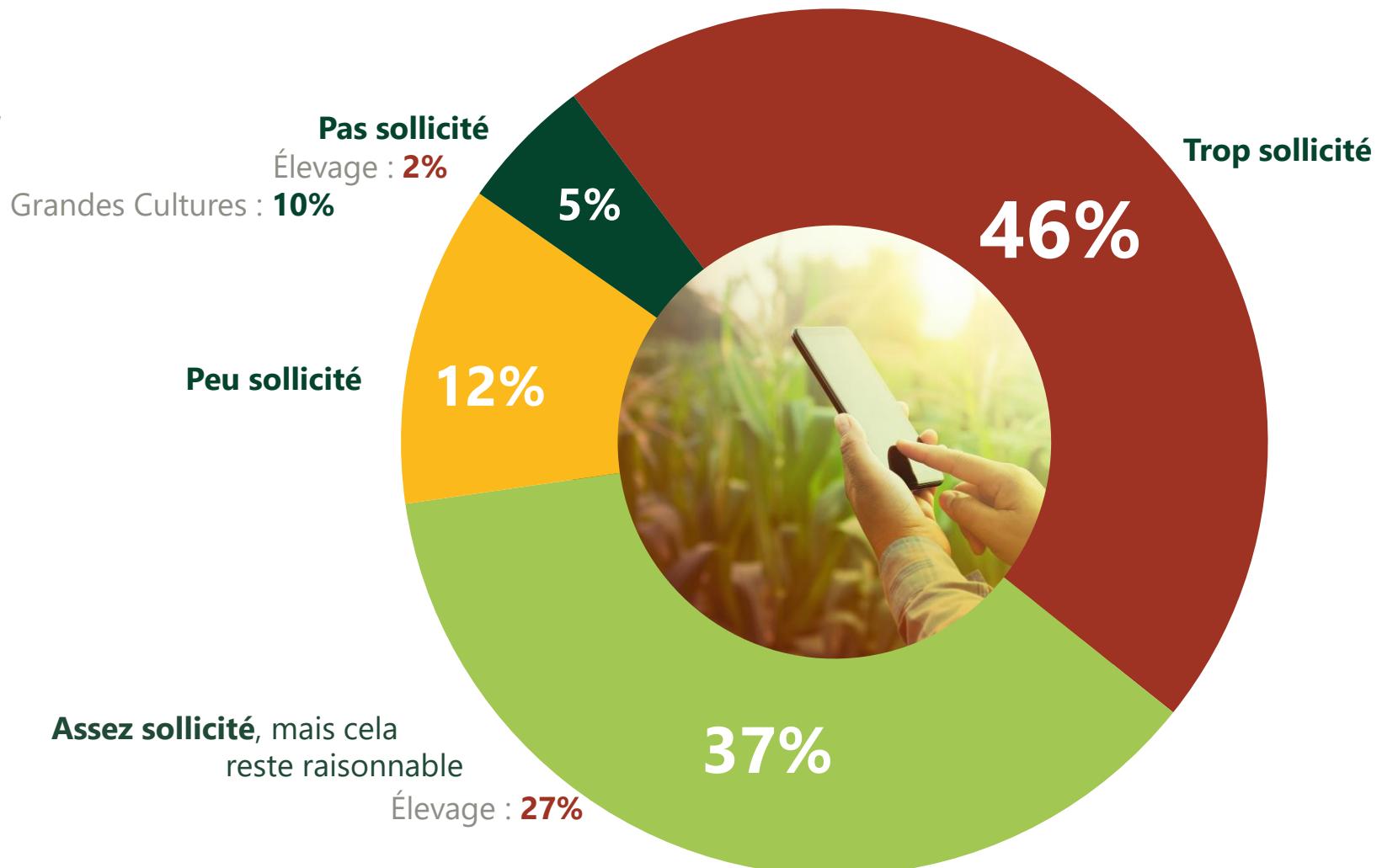
63% des agriculteurs
reçoivent moins de
11 SMS par mois
(sollicitation commerciale ou
information produit)



Base répondants par Internet : 857

63% des agriculteurs
reçoivent moins de
11 SMS par mois
(sollicitation commerciale ou
information produit)

Concernant les SMS de sollicitation commerciale ou
d'informations produit, vous estimatez être...



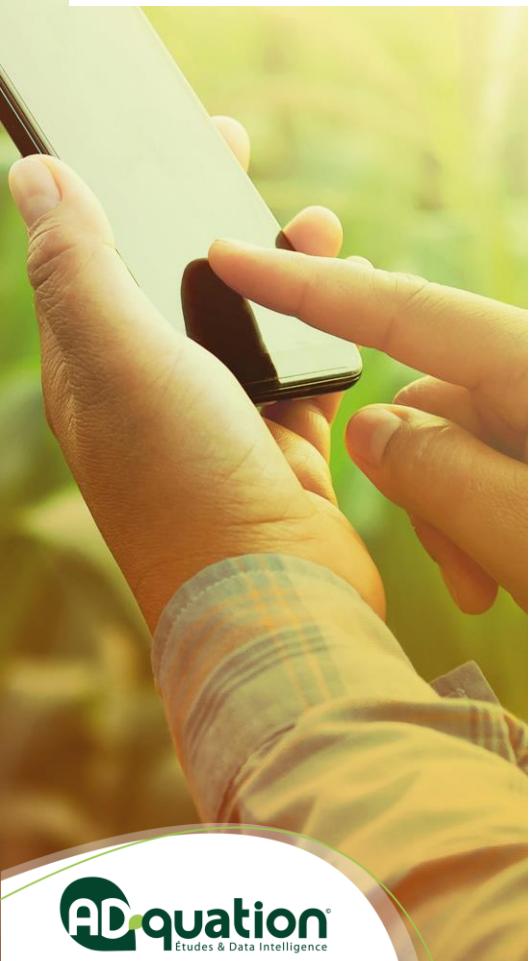
Base répondants par Internet : 857

INTERNET

LES RÉSEAUX SOCIAUX

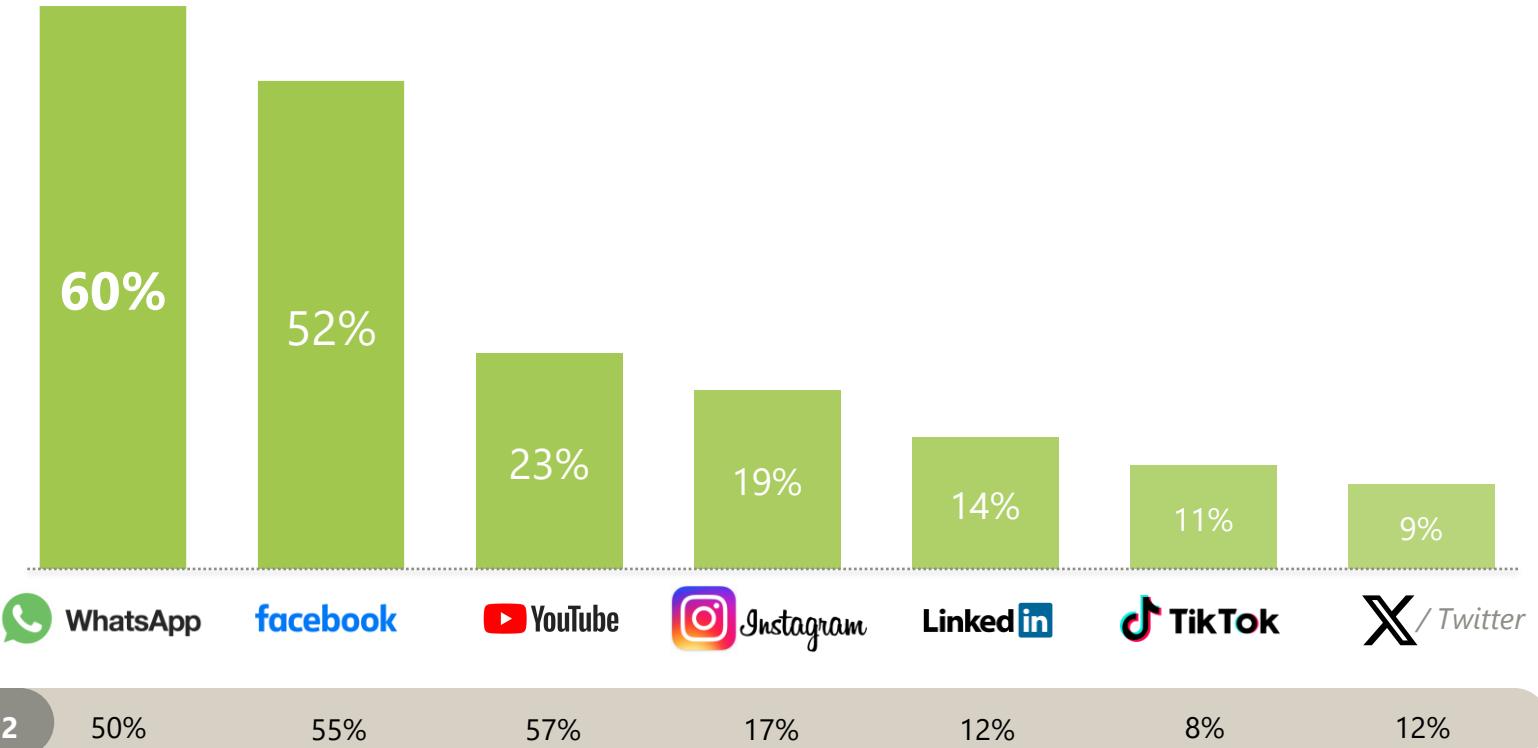


79% des agriculteurs
possèdent au moins un
compte actif sur un
réseau social



Possédez-vous un compte actif sur les réseaux sociaux suivants ?

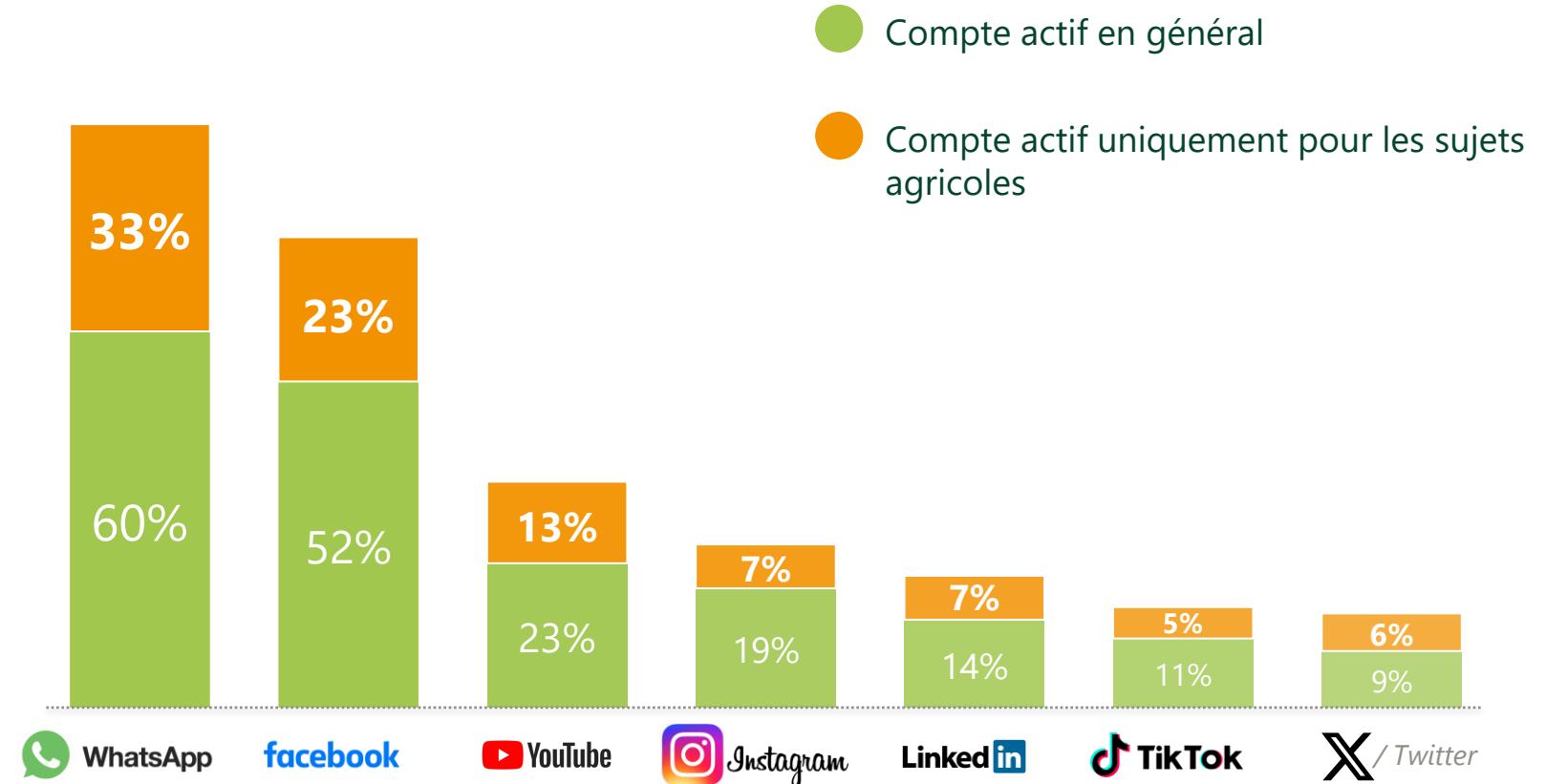
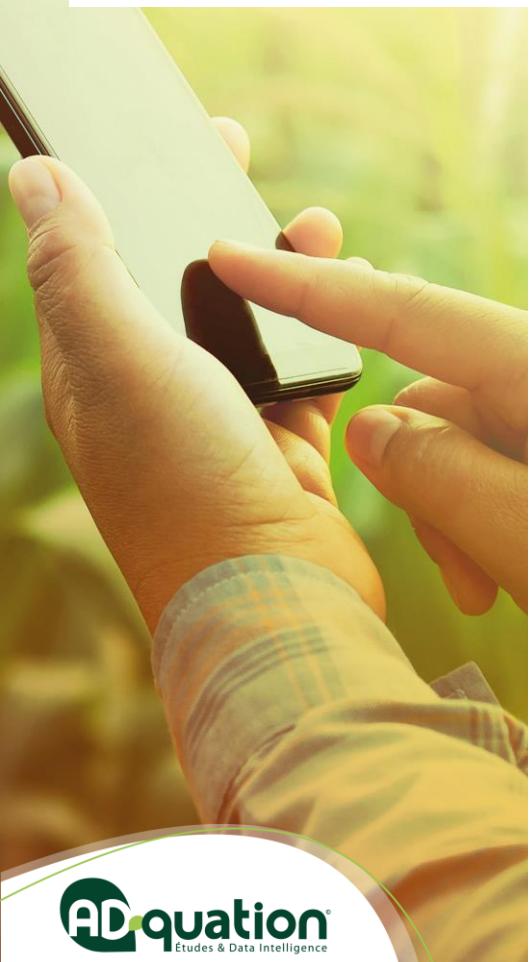
● OUI, j'ai un compte actif



Base répondants par Internet : 857

Possédez-vous un compte actif sur les réseaux sociaux suivants pour les sujets agricoles ?

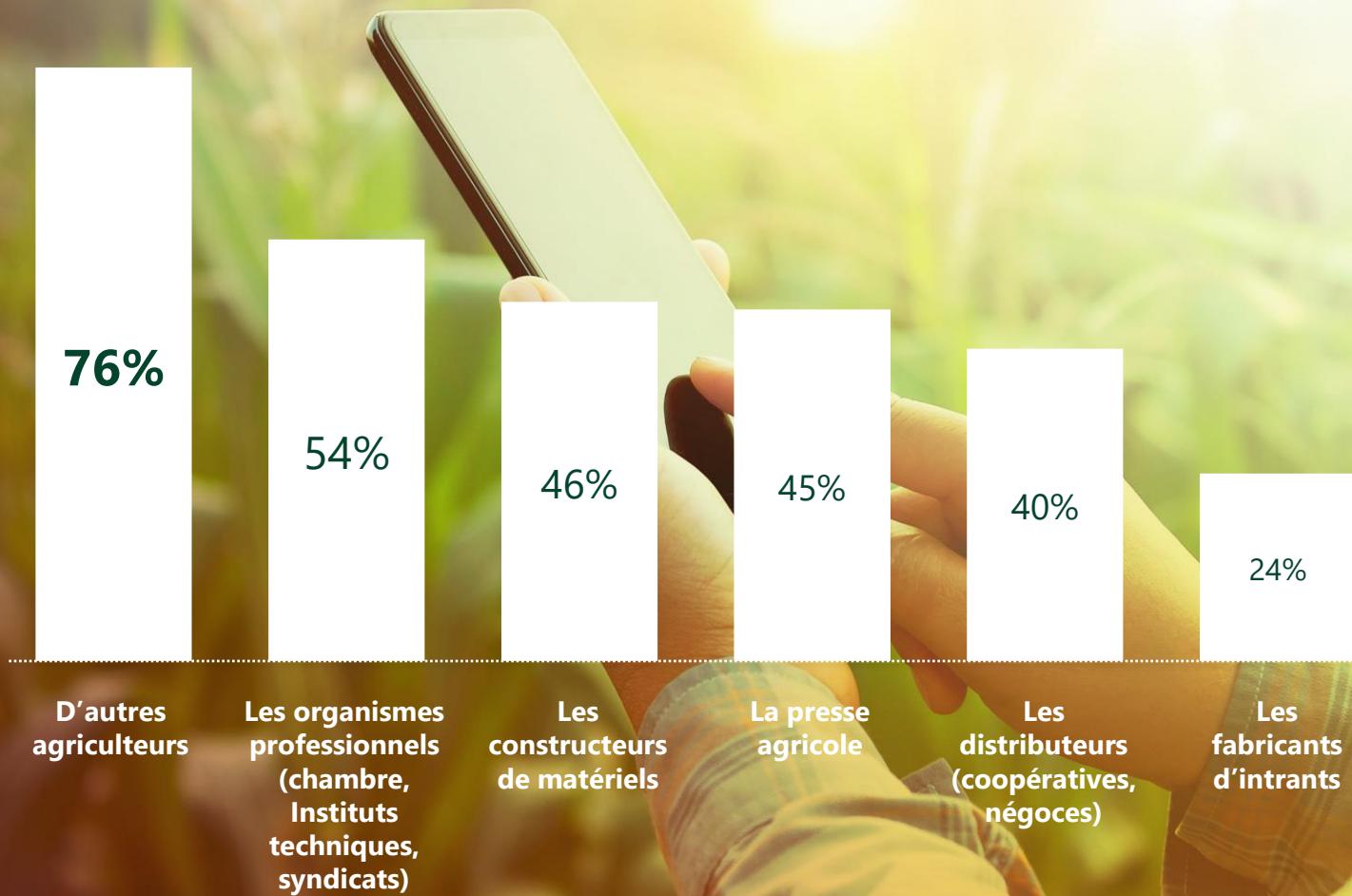
51% des agriculteurs
possèdent un compte
actif pour des sujets
agricoles



Base répondants par Internet : 857

¾ des agriculteurs
ayant un compte actif
pour des sujets
agricoles suivent
d'autres agriculteurs

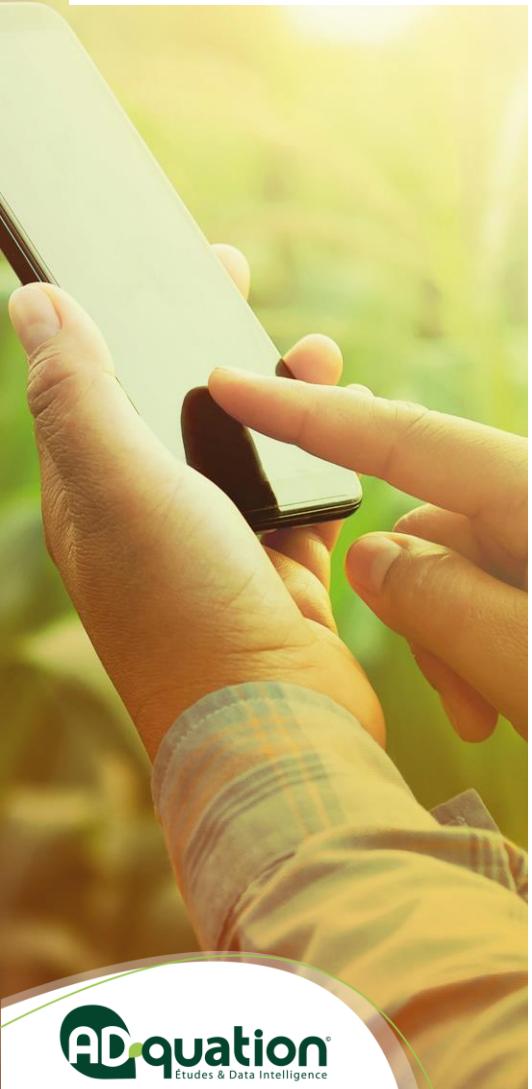
Sur les réseaux sociaux vous suivez ... ?



Base répondants par Internet : 438

Sur les réseaux sociaux vous suivez ... ?

Principaux contenus par réseau social



(33% des agriculteurs
ont un compte actif
pour des sujets
agricoles)

(23% des agriculteurs
ont un compte actif
pour des sujets
agricoles)

WhatsApp

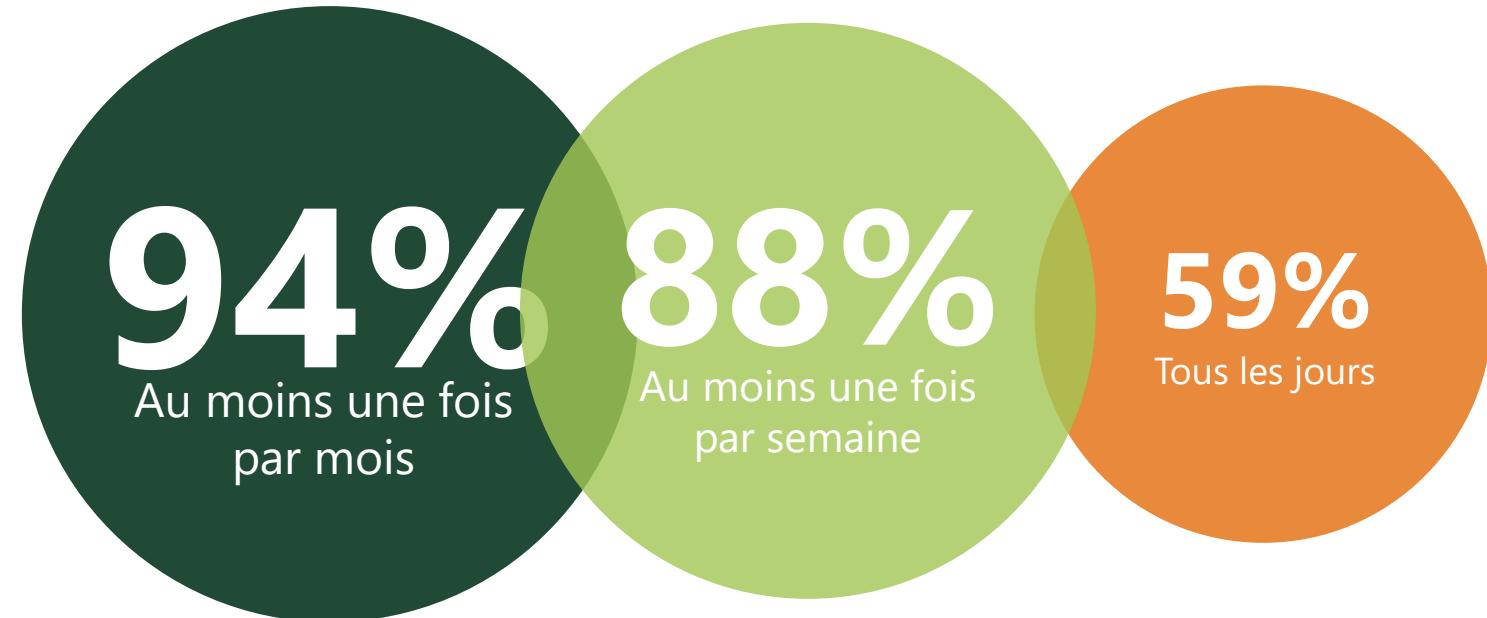
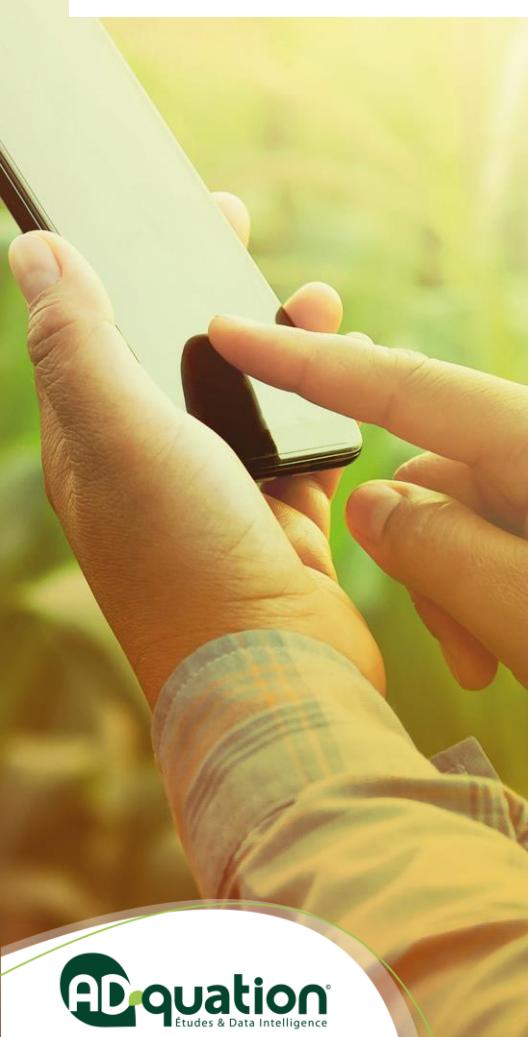
64% d'autres agriculteurs
43% les organismes professionnels agricoles
(chambre, instituts techniques, syndicats)

facebook

73% d'autres agriculteurs
66% la presse agricole
60% les organismes professionnels agricoles
(chambre, instituts techniques, syndicats)
59% les constructeurs de matériels agricoles

À quelle fréquence consultez-vous des sujets agricoles sur les réseaux sociaux ?

Fréquence de consultation des réseaux sociaux

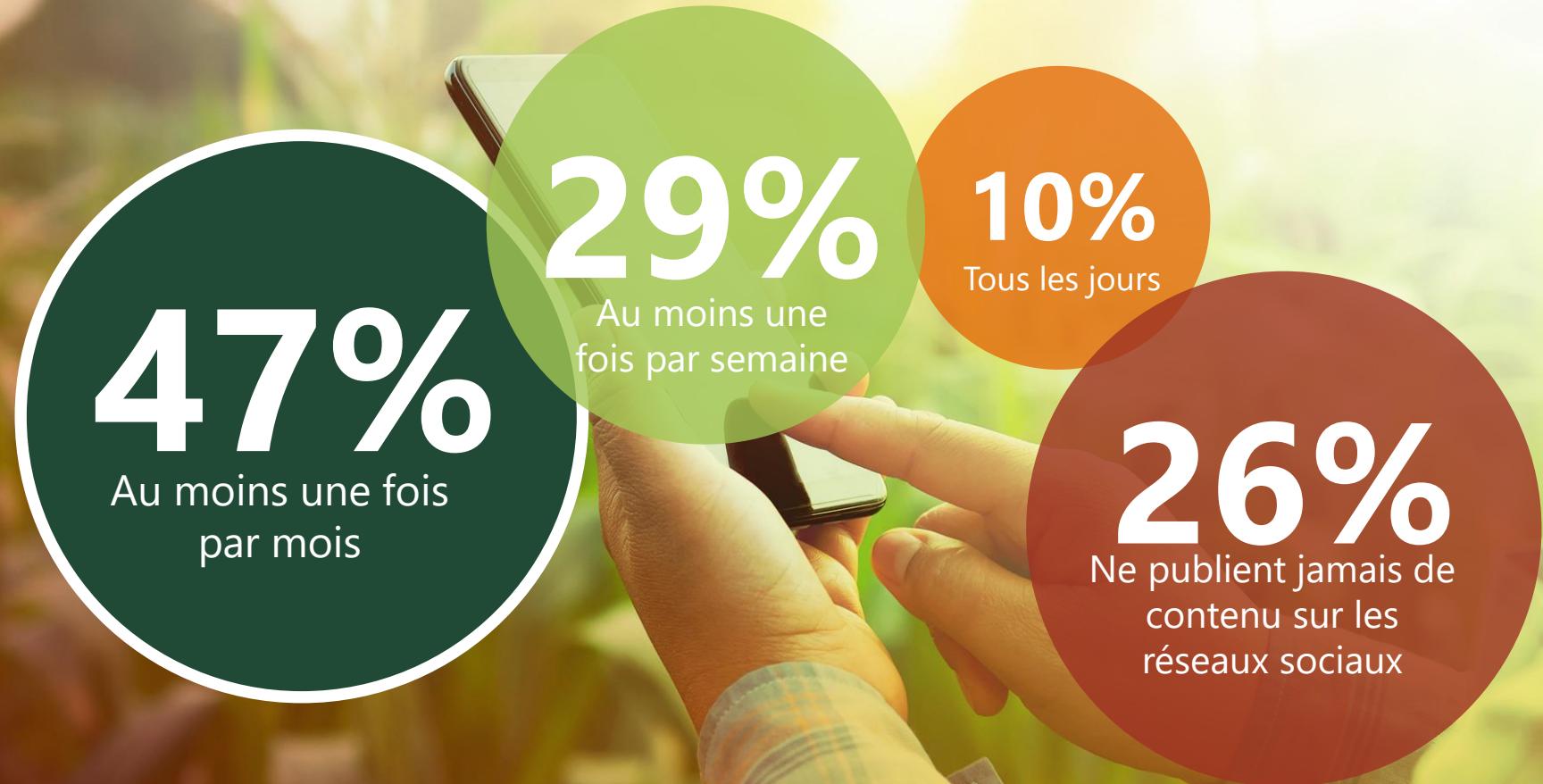


Base répondants par Internet : 438

Partie 3

Fréquence de publication sur les réseaux sociaux

À quelle fréquence publiez-vous des sujets agricoles sur les réseaux sociaux ?

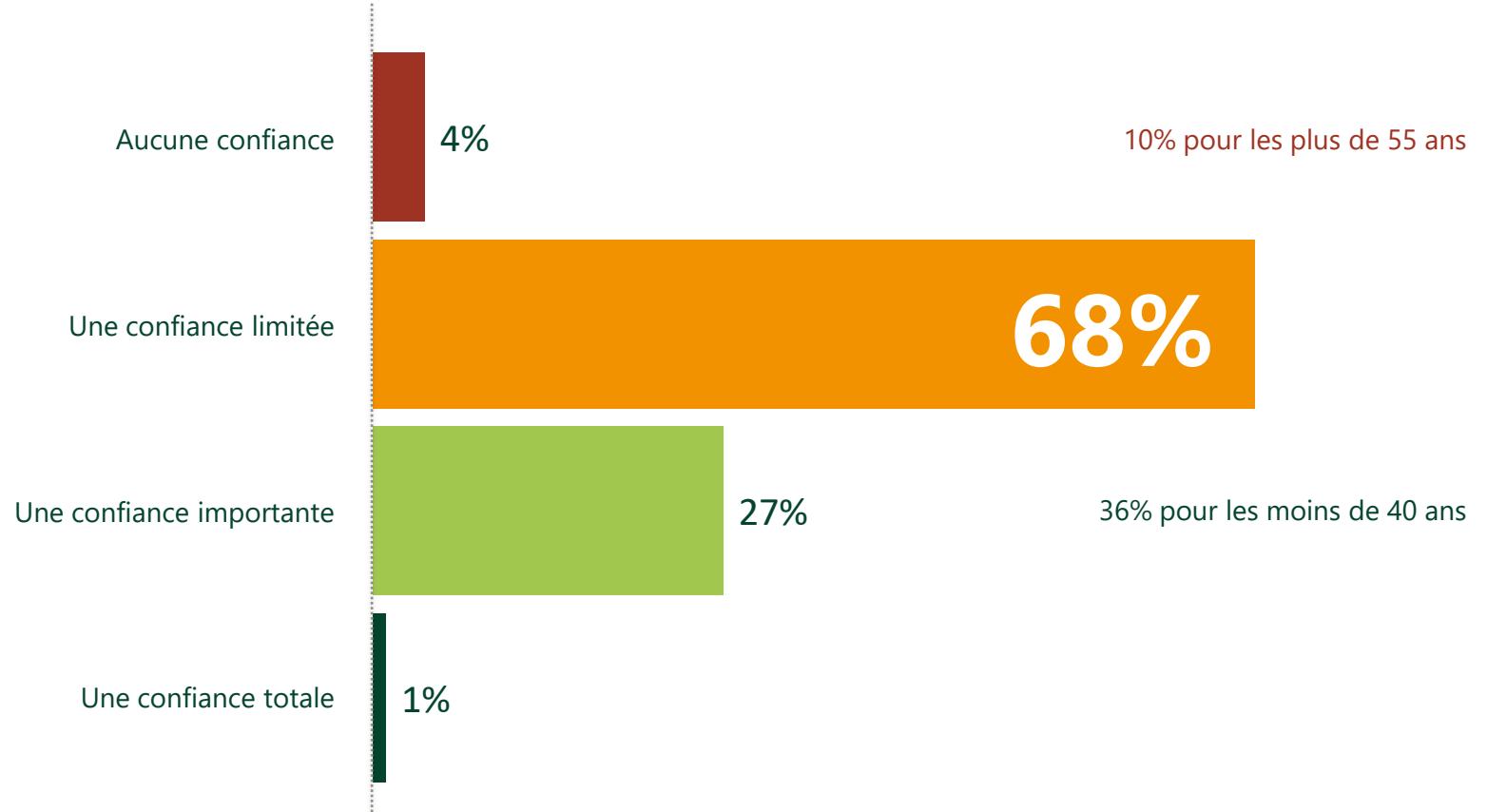
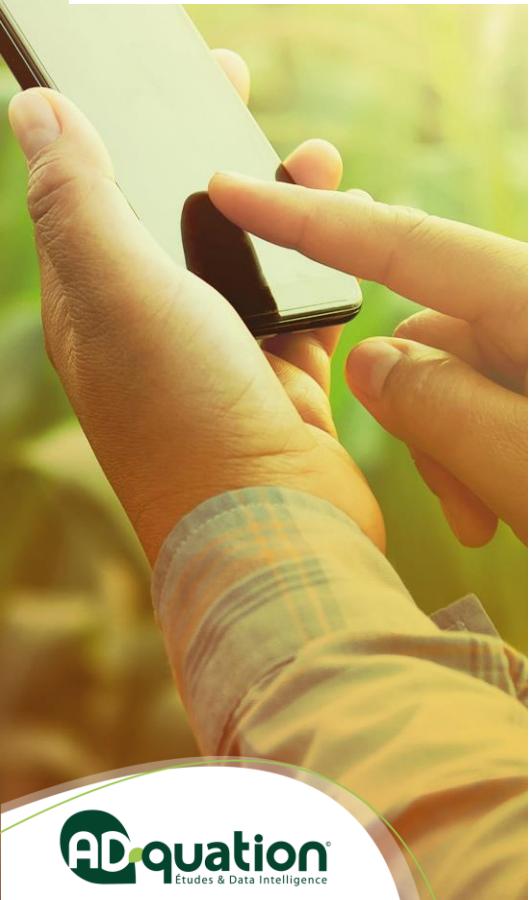


Base répondants par Internet : 438

Partie 3

Quel niveau de confiance accordez-vous aux informations professionnelles que vous trouvez sur les réseaux sociaux ?

28% des agriculteurs
ayant un compte actif
accordent leur confiance
aux informations
professionnelles



Base répondants par Internet : 424

Réseau social **le plus utile** à l'activité agricole



30% des répondants ont déclaré « Je ne sais pas ». (% = Agriculteurs ayant un compte actif sur des sujets agricoles - les « je ne sais pas »)

Parmi les réseaux sociaux cités par les agriculteurs, les réseaux sociaux les plus utiles pour l'activité agricole sont ...



WhatsApp
49%

56% en Grandes Cultures
29% en Élevage

facebook

28%

47% en Élevage
13% en Grandes Cultures



11%

19% en Élevage
12% en Grandes Cultures

Base répondants par Internet : 424 dont 127 « je ne sais pas »

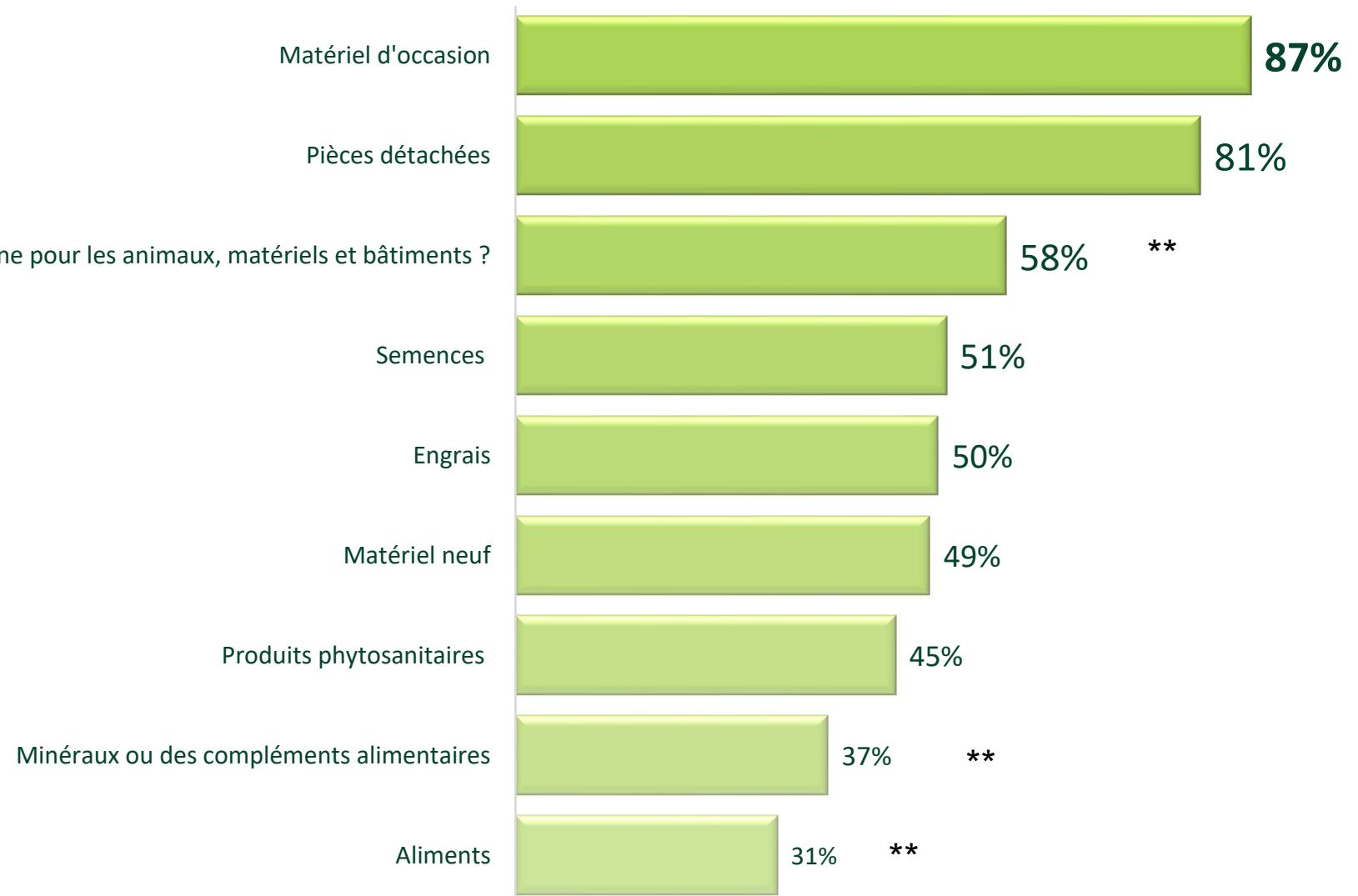
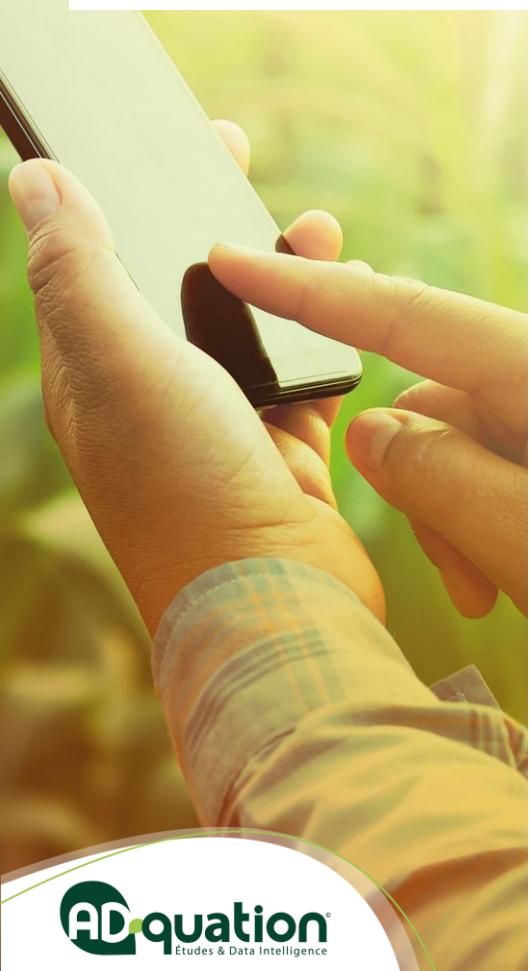
INTERNET

E-COMMERCE



Avez-vous déjà consulté des sites internet permettant de faire des achats en ligne de ... ?

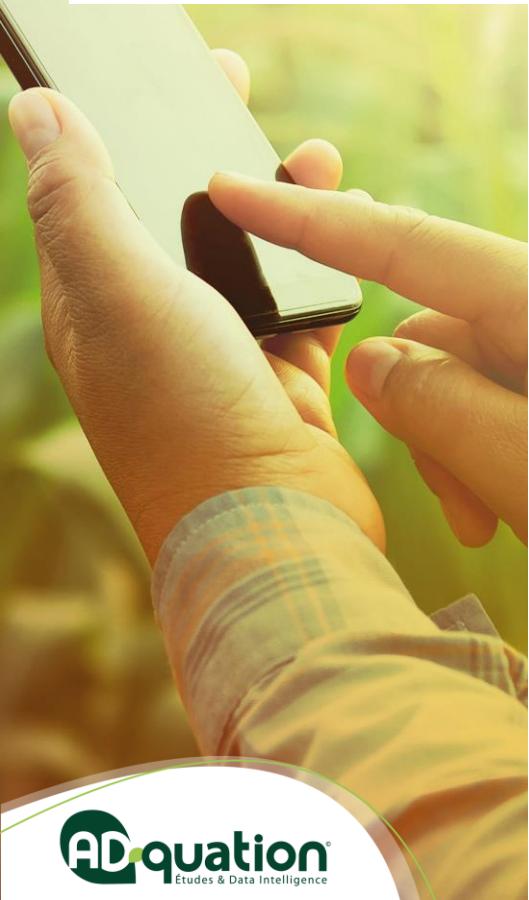
93% des agriculteurs
ont déjà consulté au moins un site d'achat en ligne parmi les suivants



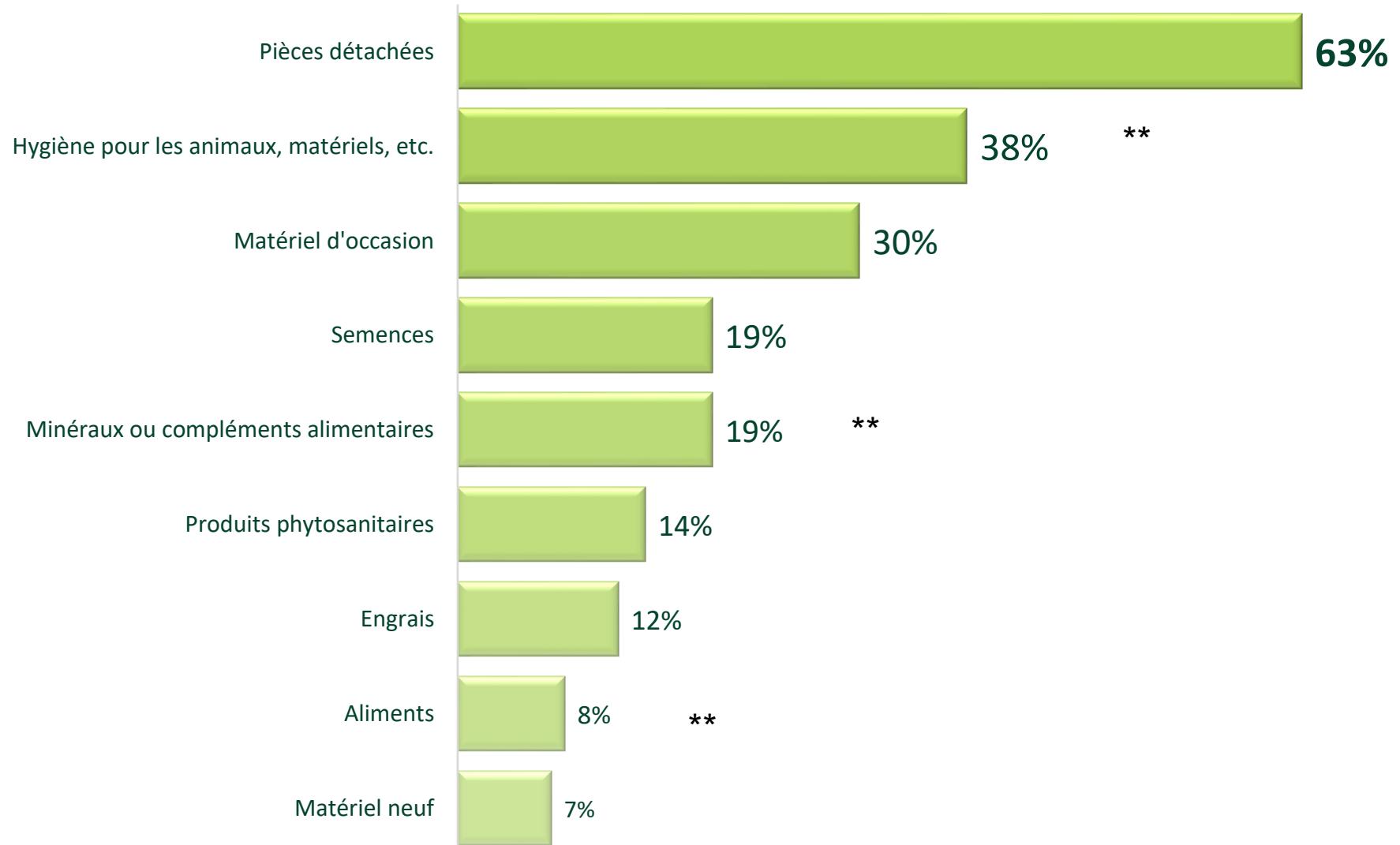
Base répondants par Internet : 857

** Base répondants : 557 (atelier élevage)

80% des agriculteurs
qui ont consulté un site
ont effectué au moins
une commande au cours
des 12 derniers mois



*Dans le cadre de votre exploitation, au cours des 12 derniers mois,
quels produits avez-vous déjà commandés sur internet ?*

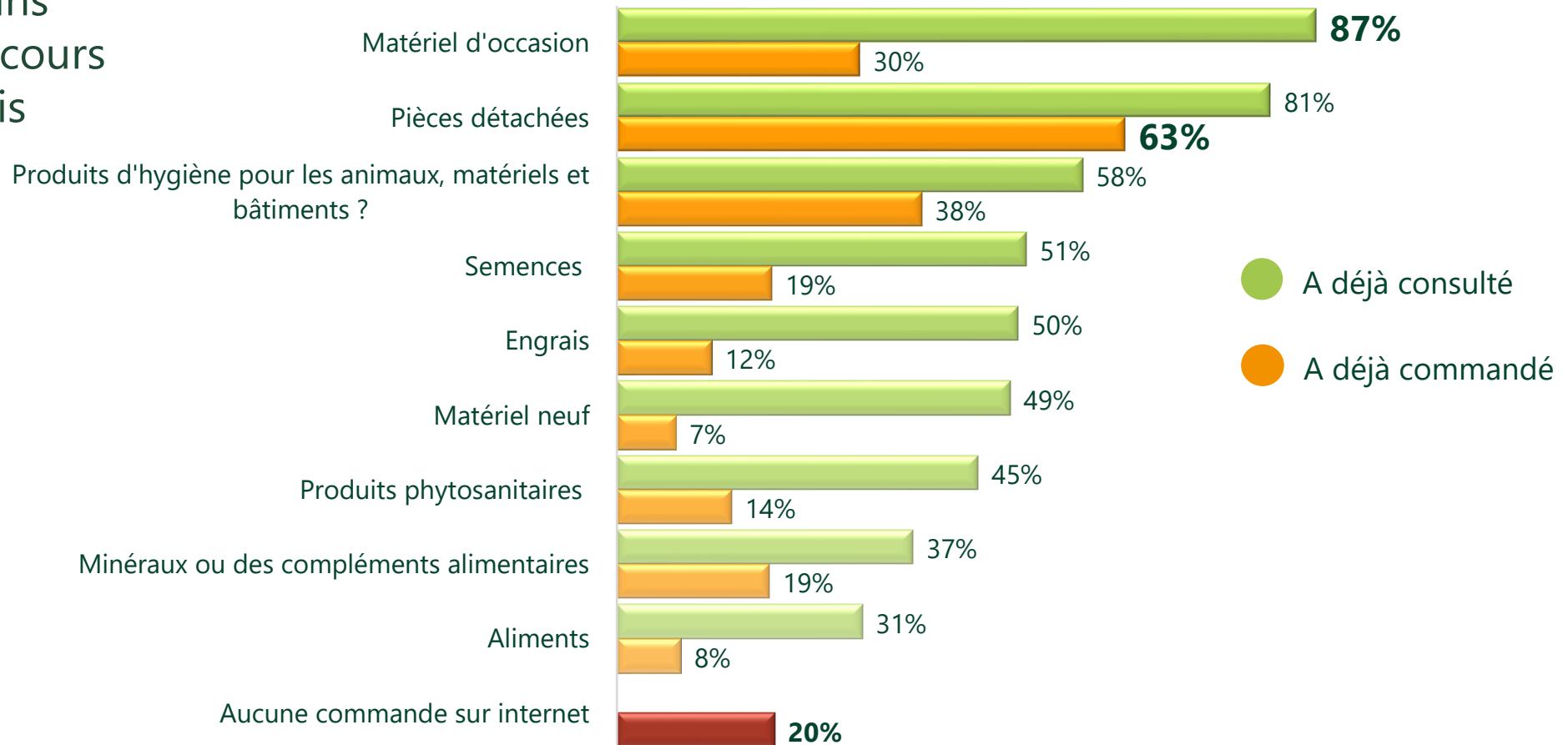


Base répondants par Internet : 799 (consultent au moins un site d'achat en ligne)

80% des agriculteurs
qui ont consulté un site
ont effectué au moins
une commande au cours
des 12 derniers mois



*Dans le cadre de votre exploitation, au cours des 12 derniers mois,
quels produits avez-vous déjà commandés sur internet ?*



Base répondants par Internet : 857

Base répondants par internet – atelier élevage : 557

INTRANTS

Consulte des sites

Grandes Cultures
Élevage

Produits phytosanitaires

45%

67%
17%

Engrais

50%

69%
28%

Semences

51%

62%
34%

Commande en ligne

Grandes Cultures
Élevage

14%

24%
4%

12%

19%
5%

19%

23%
13%

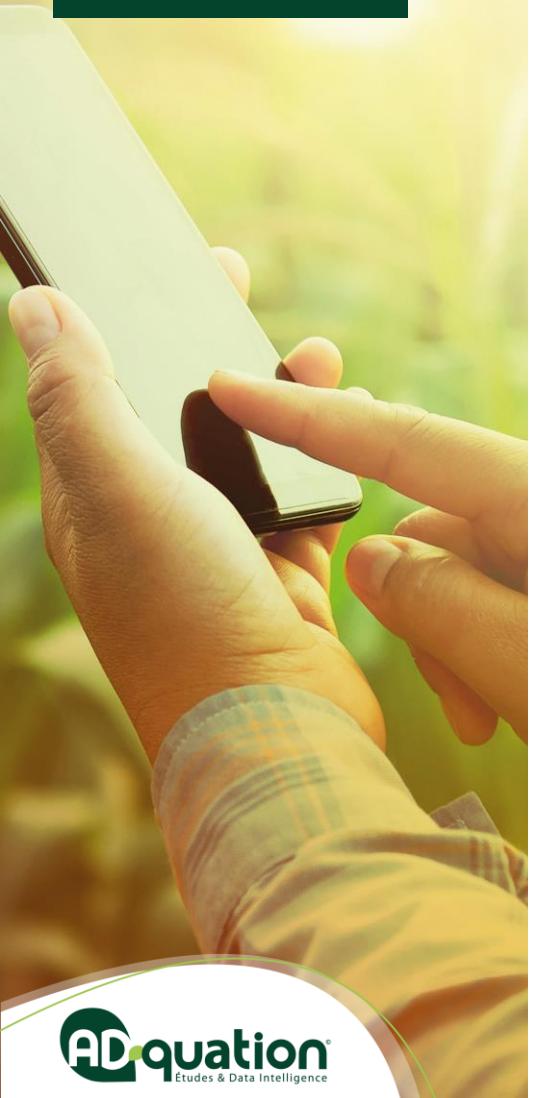
Conversion

32%

24%

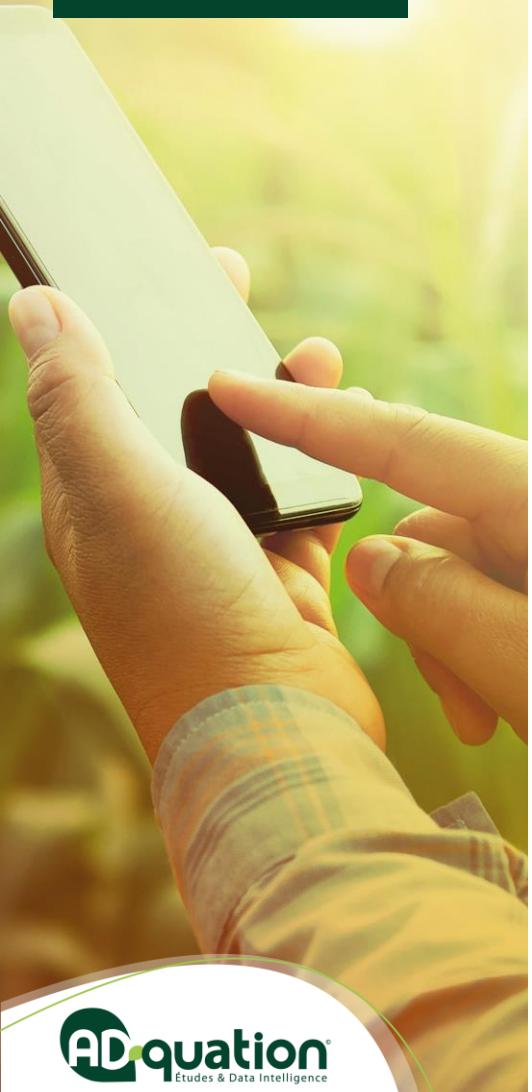
38%

MATÉRIEL



	Matériel neuf	Matériel d'occasion	Pièces détachées
Consulte des sites Grandes Cultures	49% 53%	87% 92%	81% 87%
Commande en ligne Grandes Cultures	7% -	30% -	63% 70%
Conversion	15%	35%	78%

ÉLEVAGE

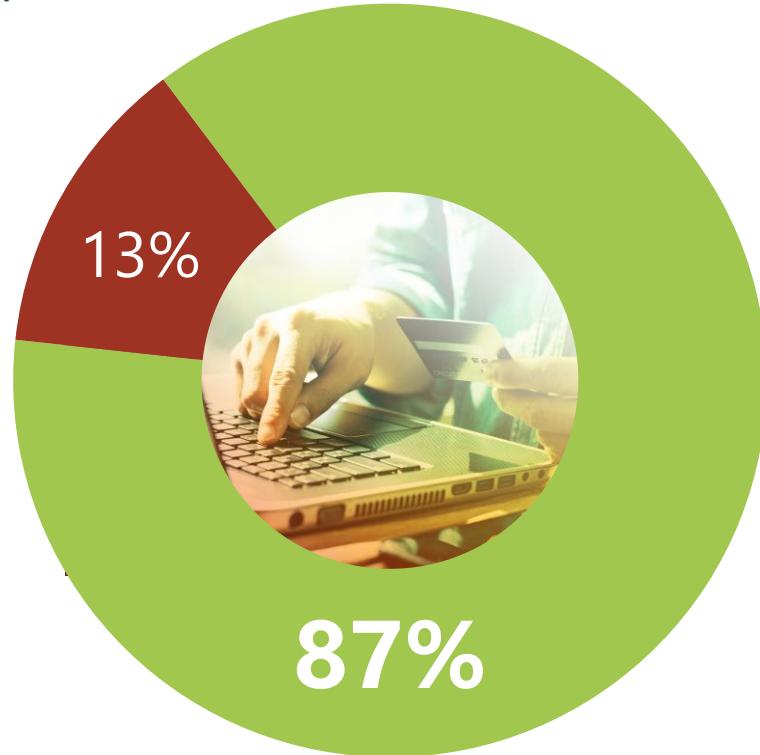
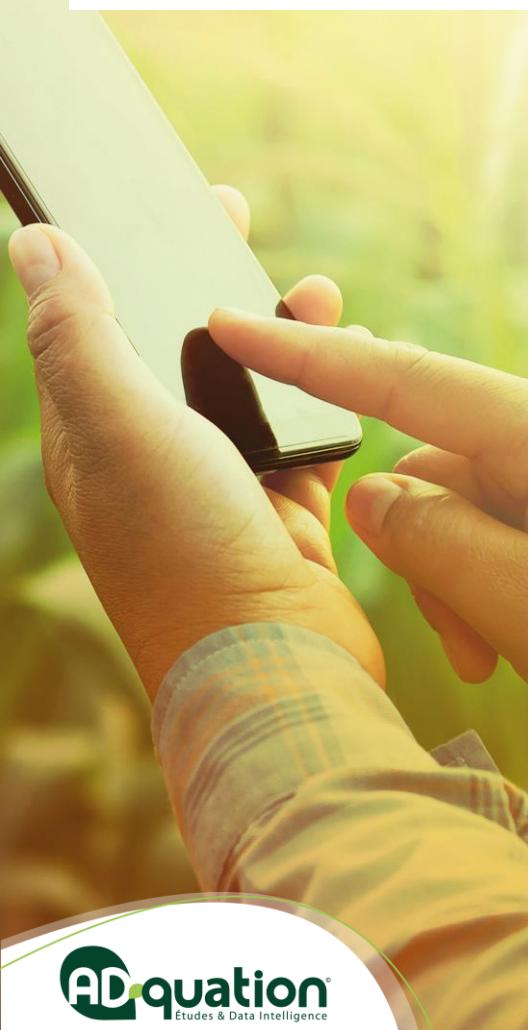


	Aliments	Minéraux ou compléments alimentaires	Produits d'hygiène pour les animaux, matériels et bâtiments
Consulte des sites	31%	37%	58%
Commande en ligne	7,5%	19%	38%
Conversion	25%	51%	66%

Base répondants par Internet : 557 (Activité élevage ou Polyculture élevage)

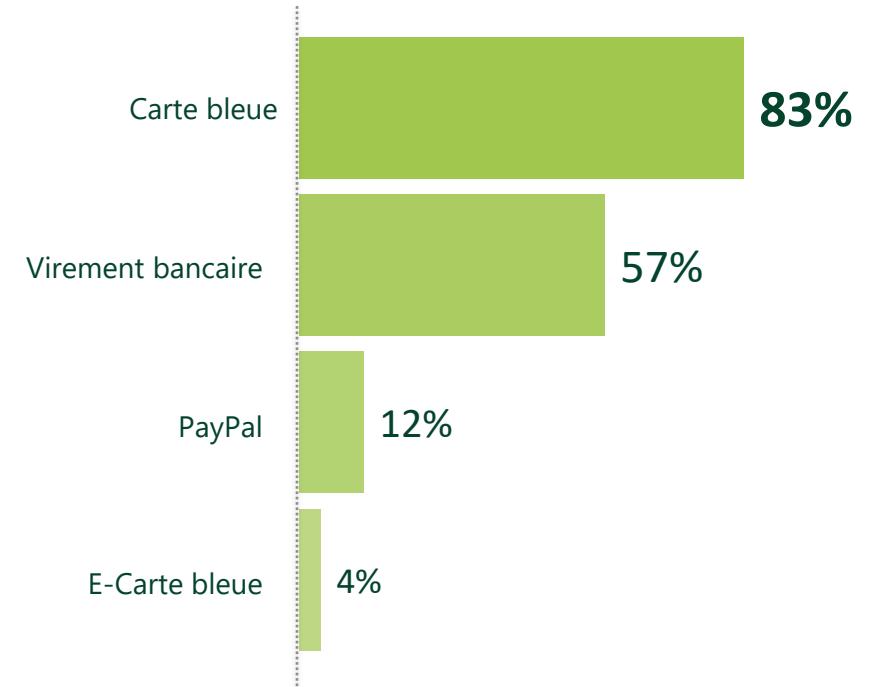
Quels moyens de paiement utilisez-vous pour payer en ligne ?

87% des agriculteurs
payent leurs achats en
ligne



Paiements en ligne : ● OUI ● NON

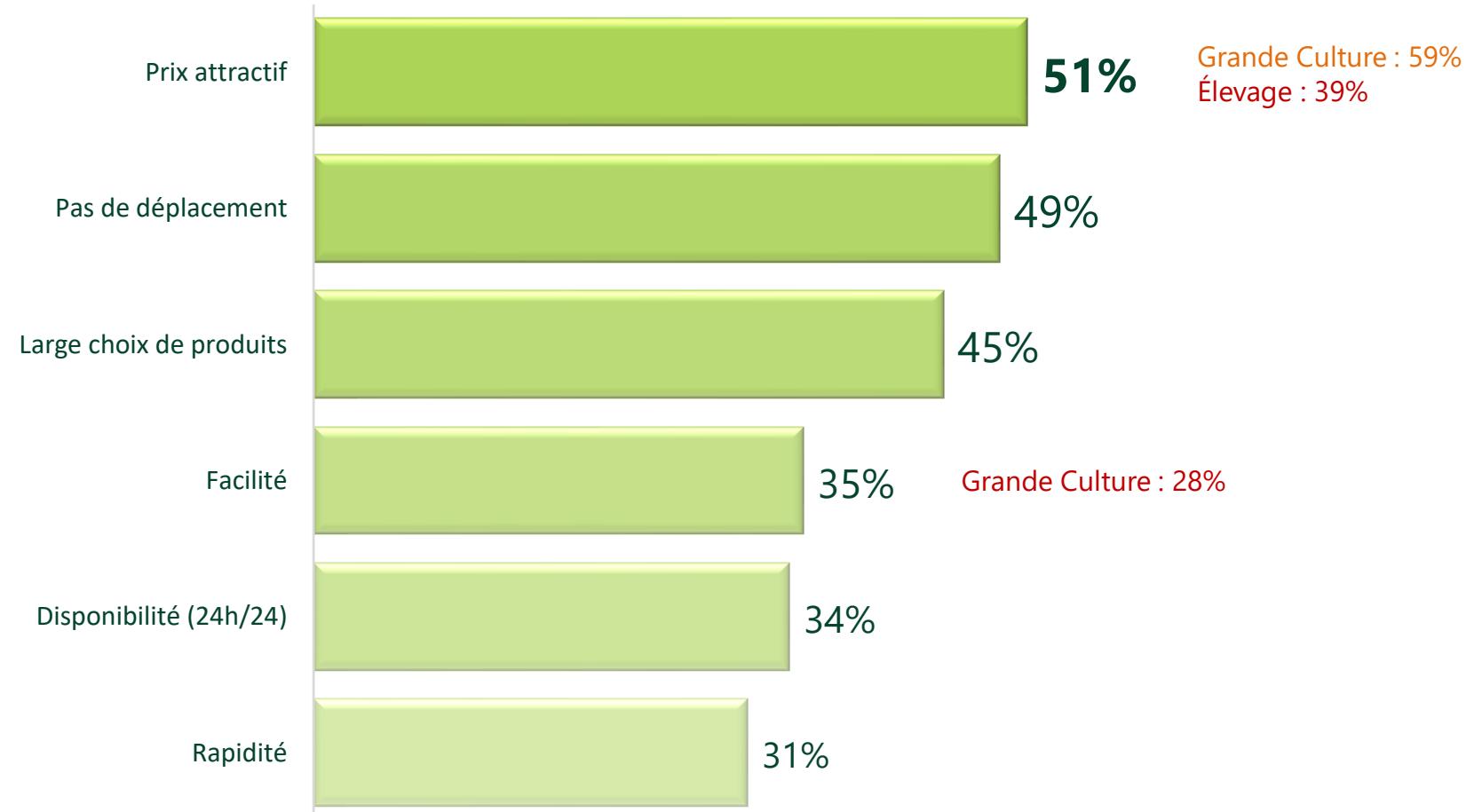
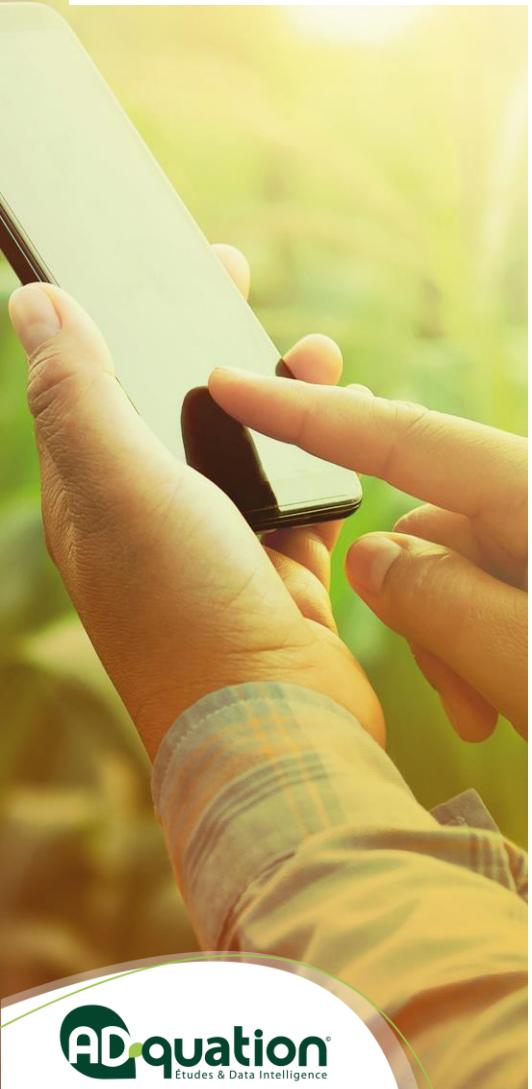
Base répondants par Internet : 558



Base répondants par Internet : 558

Quelles sont vos trois principales motivations à acheter un produit ou un service sur internet ?

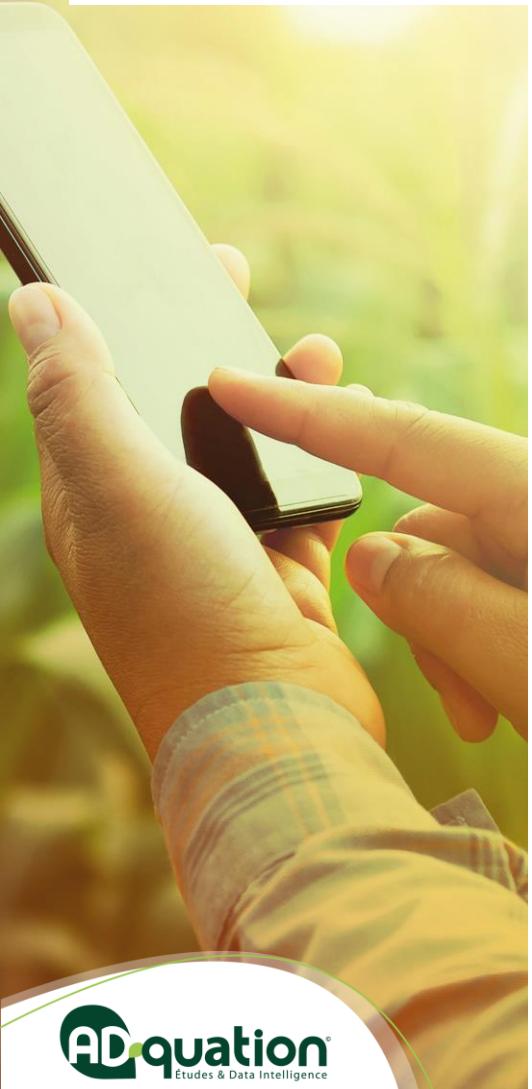
Avantages du e-commerce



Base répondants par Internet : 642

Pour quelles raisons n'achetez-vous pas en ligne pour vos besoins professionnels?

Motifs de non-achat



Base répondants par Internet : 215

A photograph of a man from the side, wearing a cap and a light-colored shirt, holding a tablet computer. He appears to be in a field with green crops in the background. A thin green line circles the top left corner of the image.

Nous contacter

2-4 avenue de la Pépinière • 78220 VIROFLAY – France

tél. +33 (0)1 39 20 88 50 • www.adquation-em.fr

mail. contact@adquation-em.fr



SONDAGE



Quel est votre enjeu marketing / communication prioritaire ?





Qui sommes-nous ?

A travers nos marques médias renommées,

nous fournissons une information **fiable et quotidienne**

AGRICULTURE



SPÉCIALITÉ



VIGNE & VIN



FILIÈRE VERTE



A travers nos services,
nous fournissons une **expertise 360°** et des **solutions premium**

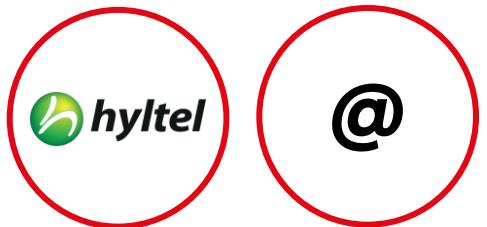
JOB



EVENTS



DATA & DIGITAL



OPÉRATIONS SPÉCIALES



Objectifs de communication



Objectif
annonceur

— ATTIRER — ENGAGER — CONVERTIR — RETENIR — PROMOUVOIR

Sensibilisation
« Awareness »



Considération



Achat



Fidélisation



Promotion



Objectif de
l'agriculteur

— Apprendre — Evaluer — Décider — Réussir — Promouvoir



ETUDE DE CAS DE CAMPAGNES PUBLICITAIRES

Prise de parole différenciante

→ Trafic qualifié

The image displays two screenshots of the La France Agricole website. The top screenshot shows a banner advertisement for FENDT's 7+ Deal at the top of the homepage. A red arrow points from this banner down to a smaller, integrated ad for Elicit Plant located in the middle right column of the page. The bottom screenshot shows the same layout but with the Elicit Plant ad now positioned in the top right corner of the main content area, above the fold.

INNOVATIONS

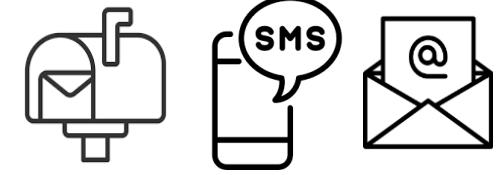
- Format conversationnel
- Habillage gouttière fixe

ASSOCIATION D'UN BON MIX

- Capter l'attention
- Surface de visibilité renforcée
- Interaction avec l'internaute / mobinaute
- Engagement renforcé

Incitation à l'action

→ Contact / Visitorat



ASSOCIATION DU MIX MEDIA / INCITATION

- Ciblage affinitaire -> Base de donnée qualifiée
- Marketing direct -> Courrier postal / SMS / Email
- Le message doit inciter à se déplacer -> Promo / Cadeau
- Tracer la performance de l'opération -> QR code / Identifiant / montrer le SMS, courrier

Découvrez Sunti et ses solutions agrivoltaïques
Sunti évalue gratuitement votre potentiel énergétique et vous propose des solutions sur mesure répondant aux besoins de votre activité agricole. PRENEZ CONTACT !

Votre Nom :

Votre Prénom :

Votre téléphone professionnel :

Votre e-mail professionnel :

Selectionnez votre Activité agricole :

Je souhaite :
 Rencontrer Sunti lors du salon du Sommet de l'élevage stand A34 Hall 2
 Être recontacté.e

ENVOYER MA DEMANDE

*Champs obligatoires - Simple demande sans obligation d'achat
** En cochant cette case vous acceptez d'être recontacté par e-mail ou téléphone uniquement par SUNTI.

POINT.P BÂTIMENTS AGRICOLES

JEU CONCOURS SPACE 2024

A GAGNER
UN CHANTIER DE BLOC PVC SRP*, DES PLACES DE FOOTBALL, ET DE NOMBREUX AUTRES LOTS

*Point est un partenaire du jeu

SRP & **BÂTIMENTS AGRICOLES** **POINT.P** UNES RÉSEAU COMMERCE ET



Marketing Direct

→ Ciblage scénarisé

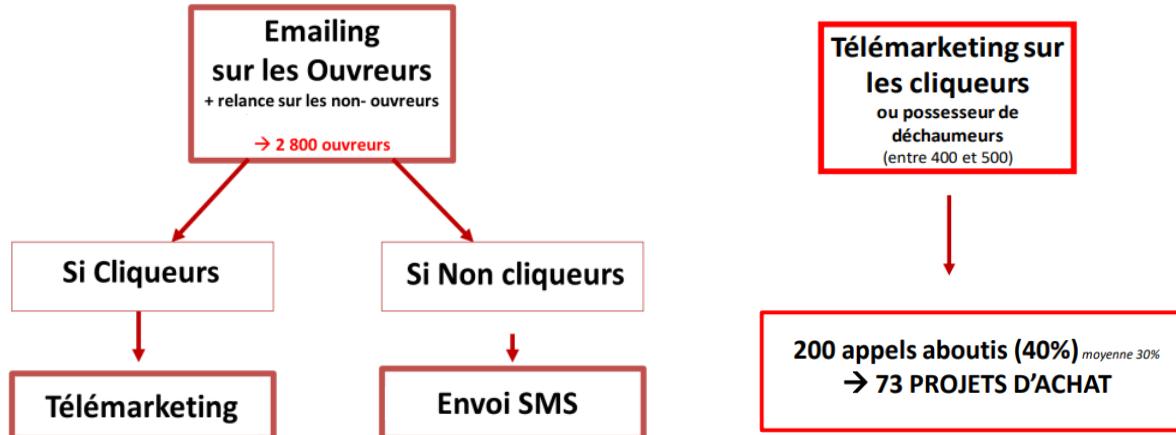
Phase 1

E-mail sur cible appétente



Phase 2

E-mail / SMS



Phase 3

Télémarketing



Base de données
HYLTEL



Ciblage affinitaire
des prospects



Mécanique marketing
automation

Performance

→ Prospection phoning



BRIEF

- Projet d'identification d'agriculteur / prospect pour une installation agrovoltaïque

DISPOSITIF

- Ciblage de notre base de donnée pour échantillonner l'audience affinitaire
- Appels TELEMARKETING scénarisés permettant de détecter les prospects

RESULTATS

- 600 enquêtes effectuées
- 143 RDV planifiés ont été générés par téléphone (taux de transformation de 24%)



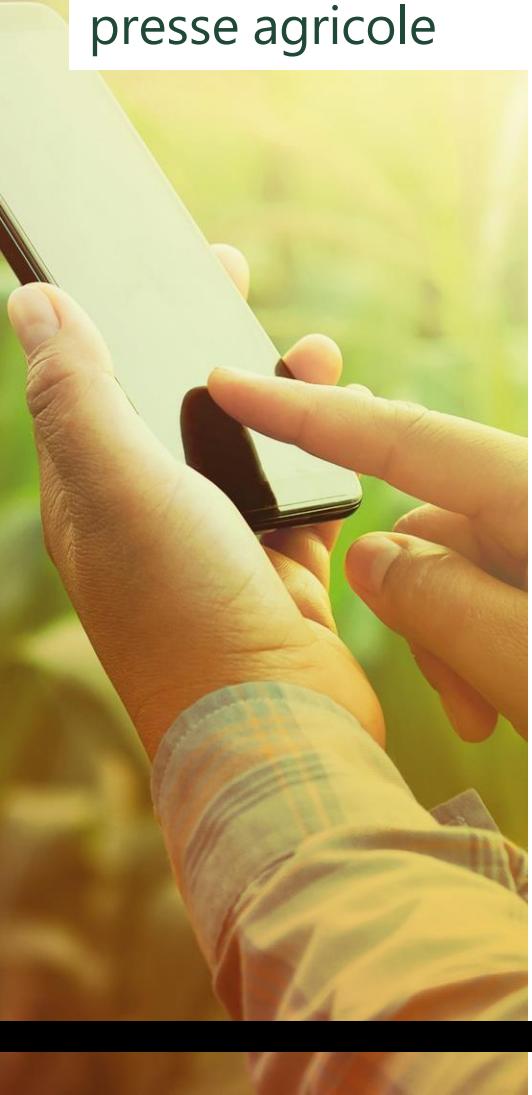
MEDIA / DATA / ENGAGEMENT

Levier Télémarketing / BDD qualifié de qualité / Prise de RDV



Agrinantes 2024

93% des agriculteurs
sont lecteurs de la
presse agricole



Besoin annonceur



→ Promouvoir le sujet de
l'agrivoltaïsme

Campagne pédagogie

La Factory accompagne ENGIE GREEN dans sa stratégie de content marketing autour de l'agrivoltaïsme.

Le dispositif : Un livre blanc décliné en webinaire co-brandé sur La France agricole et une série d'interviews vidéos d'experts - témoins.

+1000 de leads !

Production et diffusion d'un Livre Blanc à [télécharger](#)



Production d'interviews vidéo d'experts et intégration d'images de drone en plan de coupe



Rédaction d'articles co-brandés sur Web-agri et intégration des vidéos



Déclinaison en Webinaire co-brandé France-agricole

Capsules vidéos pour réseaux sociaux



Reprise dans la newsletter et sur les réseaux sociaux

LE MEL AGRICOLE des éléveurs



La France Agricole



LE MEL AGRICOLE



La France Agricole



Agrinautes 2024

93% des agriculteurs
consultent des vidéos
sur Internet

¾ des vidéos sont
regardées sur
 YouTube



Besoin annonceur



Nourrir, protéger, grandir.

→ Travailler la préférence de
marque & pédagogie autour
des produits

Corporate Branding

→ ELVOR Tour : campagne branding & pédagogie

Web-série en France et en Europe



Diffusion média
sur web-agri.fr



Diffusion sur les
réseaux sociaux



Agrinautes 2024

93% des agriculteurs
consultent des vidéos
sur Internet

¾ des vidéos sont
regardées sur
 YouTube



Besoins annonceurs

→ Transformer un
évènement physique en
digital



Salon outdoor

Mise en avant de la #3VA en LIVE sur un média via un plateau TV
en alternance d'ateliers &

REPLAY

The image consists of three main parts. On the left is a screenshot of the live broadcast interface for 'OPENFIELD LE SALON AU CHAMP DE LA 3VA'. It shows a schedule from 10:00 to 12:45 with various topics like 'DÉCOUVREZ OPENFIELD', 'LE VRAI DU FAUX', and 'INNOVATIONS EN AGRICULTURE'. A red circle highlights the 'En partenariat avec Terre-net Factory' logo at the bottom. In the center is a photograph of four people (three men and one woman) sitting in green armchairs on a stage, with a tractor visible through a white canopy behind them. On the right is a screenshot of the 'Terre-net' website featuring a video player for the same event, with a large red arrow pointing from the broadcast interface to the website's video section.



Salon indoor



Cultivons
LesEchanges
bioline
by invivo'

Terre-net

45 émissions live sur 5 jours avec diffusion media & réseaux sociaux

EN DIRECT DU #SIA2024

Cultivons les échanges

60^e SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

Innovation, Ag Tech & Relations Grandes Géries / Start up

Terre-net

Rechercher

En direct Idées & Débats Vidéos Newsletters

MON COMPTE S'ABONNER

ARRACHAGE DES BETTERAVES MARCHÉS MÉTÉO CULTURES MACHINISME INSTALLATION ÉCONOMIE ET POLITIQUE SERVICES

CONFÉRENCES

Une collaboration

Cultivons LesEchanges

Terre-net Factory

Tout le programme

Salon indoor

52 émissions sur 3 jours avec diffusion media & event



[Web-agri](#)

VACHES LAITIÈRES BOVINS VIANDE POLITIQUE ET ÉCONOMIE GESTION ÉQUIPEMENT SANTÉ ANIMALE ALIMENTATION ANIMALE CULTURES FOURRAGÈRES GÉNÉTIQUE

Politique et économie / Salons / Space 2024

A-M Quéméner clôture un Space 2024 sous le signe de la « sérénité »

Par Alice Peucelle Publié le 20/09/2024

L'édition 2024 du Space de Rennes s'est achevée jeudi 19 septembre, avec une fréquentation en hausse d'après la Commissaire générale de l'événement.

Bilan du Space 2024 #SPACE TV par Web-agri SPACE 2024 Copier le li... Anne Marie Quéméner BILAN DU SPACE 2024 Regarder sur YouTube

Le Space 2024 a fermé ses portes hier soir au Parc-Expo de Rennes. Sur le plateau de la SpaceTV par Web-agri, Anne-Marie Quéméner, commissaire générale du Space évoque un « bilan extrêmement positif ». Malgré l'absence de visite ministérielle, la commissaire générale met en avant un « contexte serein », marqué par les nombreux « projets portés par les visiteurs français et étrangers ». Visite d'influenceurs, tournois de Farming Simulator ou encore espaces dédiés ont souligné l'intérêt du jeune public pour le salon. Le nombre record d'Innov'Space et de Mentions Spéciales témoigne quant à lui du niveau de technicité des exposants

Les plus lus | Les plus commentés

- Récolte du maïs fourrage : qu'attendre d'une coupe haute ?
- Aux USA, une conduite des veaux rationalisée et efficace
- Le Deutz-Fahr 6140.4 TTV pour tout faire sur l'exploitation
- Le prix Spot atteint un niveau stratosphérique
- Space 2024 : Retrouvez les palmarès des concours bovins et leur replay

Aperçu des marchés >

Vaches, charolaises, Us	5,54 €/kg net	= →
Vaches, charolaises, R+	5,41 €/kg net	= →
Blé tendre rendu Rouen	217 €/t	-1,5 ↓
Mais Rendu Bordeaux	200 €/t	= →

INNOV-AGRI

LE SALON QUI CULTIVE



LES ANNÉES
IMPAIRES

130 hectares
+63 000 visiteurs
+1 000 machines
241 exposants
3 jours
5 villages thématiques (2023)



ESSIGNY-LE-GRAND (02)

Les 4 et 5 juin 2025

OUTARVILLE (45)

2, 3 et 4 septembre 2025



LES ANNÉES
IMPAIRES

40 hectares
15 000 visiteurs
120 exposants
2 jours

80 hectares
34 000 visiteurs
+ 800 machines
247 exposants
2 jours
7 villages thématiques (2022)

LES ANNÉES
PAIRS



Plateforme vidéo Agriflix

+80 000 abonnés en septembre 2024



Inspirer / Pratiquer / Faciliter / Fédérer :

- S'installer en agriculture
- Répondre aux défis environnementaux et climatiques
- S'équiper
- Transformer/vendre
- Travailler dans les métiers du vivant
- Produire de l'énergie
- Découvrir les dernières tendances
- Gérer son entreprise



Questions ?





Merci pour votre
participation

