# Plan de communication GRAB 2010

**« Comment le GRAB peut-il développer une communication ciblée qui répond aux attentes de ses différents publics avec ses moyens existants ?»**

Enquête réalisée par :
**Ndeye Rokhaya Beye**
Master 2 communication des organisations
Stage du 15 mars au 31 août 2010

Tuteur entreprise : **Vianney Le Pichon**

**I. Diagnostic : publications et publics du GRAB**…… 2

1. Supports écrits…… 2

1.1 Les rapports annuels d'expérimentations…….. 2

1.2 Les fiches et les guides techniques ……. 3

1.3 Les bulletins d'information…… 4

1.4 Rapports d'activités programmes…… 6

1.5 Articles de presse et Publications professionnelles……... 6

2. Autres supports…… 7

2.1 Visites et Démonstrations……. 7

2.2 Site Internet-Blog bio…….. 8

2.3 Salons Professionnels Colloques…….. 8

2.4 Formations…… 9

**II. Plan de communication**……. 10

1. Quelles sont les attentes des différents publics ?..... 10
2. Sont-elles satisfaites?..... 11
3. Où se trouvent les blocages de l'information? Pourquoi? Est- ce que c'est d'ordre organisationnel ? …….. 11
4. Les points forts et les points faibles du GRAB……. 11
5. Objectifs ……... 12
6. Message, Cibles et moyens…… 12
7. Préconisations ……. 15
8. L'ébauche du plan de communication……. 19
9. Piloter et suivre le plan……. 20



Rokhaya Beye
Stagiaire communication

# I. Diagnostic : publications et publics du GRAB

Nous pouvons classer ces publications sous deux catégories :

## 1. Les supports écrits :

### 1.1 Les rapports annuels d'expérimentations

Ils présentent l'ensemble des travaux d'expérimentation réalisés par les 3 filières du GRAB (Arboriculture, Maraîchage et Viticulture). En 2009, la station a réalisé : 50 rapports papiers, 100 CD Rom, 1 rapport diffusé dans le Blog du GRAB.

| **Rapports finaux** | **Résultats annuels Arboriculture** | **Résultats annuels Maraîchage** | **Résultats annuels Viticulture** | **Rapports finaux annuels GRAB** |
|---|---|---|---|---|
| **Périodicité** | 1 fois/an | 1 fois/an | 1 fois/an | 1 fois/an |
| **Publics concernés** | Adhérents Arbo Partenaires (financeurs) | Adhérents Maraîch Partenaires (financeurs) | Adhérents Viti Partenaires (financeurs) | Partenaires (financeurs) Stations et Autres |
| **Temps passé pour la rédaction** | 2 jours /fiche (13) soit 26 jours/an | 2 jours /fiche soit 30 à 40 jours/an | 2 jours/fiche 10 jours /an | 2 jours |
| **Moyen d'envoi** | Courrier | Courrier/mail* | Courrier | Courrier |
| **Coût d'envoi** | 65 euros (envoi à 21 adhérents | 84 euros (envoi à 27 adhérents) | 19 euros (6 adhérents) | 0 |
| **Supports** | Papier/CD | Papier/CD | Papier/CD | Papier |

En maraîchage, les comptes rendus d'expériences sont envoyés par mail au listing Réf bio (50) dès leurs parutions. De plus, un résumé de ces comptes rendus est souvent publié dans les bulletins MBI. Ainsi, l'équipe maraîchage diffuse au fur et à mesure ces comptes rendus d'expériences sans pour autant attendre la diffusion annuelle finale de ces résultats.

L'équipe arboriculture diffuse dans l'ABI des synthèses de résultats annuels d'expérimentation.

## 1.2 Les fiches et les guides techniques :

Ce sont des informations techniques publiées par la station à l'issue des essais d'expérimentations. Ces fiches sont généralement constituées de conseils donnés aux agriculteurs pour leurs productions selon divers thèmes d'application.

Elles sont publiées dans le blog du GRAB et en collaboration avec l'ITAB dans leur site Internet. En 2009, la station a publié :

- 5 fiches RMT : agronomie, production, santé des plantes
- 1 guide transitoire vers l'agriculture biologique

| **Fiches/guide techniques** | **Fiches** | **Guides** |
|---|---|---|
| **Périodicité/2009** | 6 (RMT Dévab) | 1 (transitions vers AB) |
| **Publics concernés** | Agriculteurs<br>Techniciens-conseillers | Techniciens-conseillers<br>Chercheurs |
| **Nombres** | Inconnu | Inconnu |
| **Supports** | Papier/Site Internet ITAB | Livre (en vente) |

Le GRAB envoyait à ses nouveaux adhérents des fiches et guides techniques édités par le GRAB. Actuellement, il édite moins de fiches techniques que par le passé. Il en réalise encore parfois pour l'ITAB ou pour autres réseaux (RMT DévaB en 2009). Ces fiches sont disponibles gratuitement sur les sites Internet de ces réseaux.

## 1.3 Les bulletins d'information

Le GRAB publie 4 bulletins d'informations : 2 bulletins en maraîchage (le Maraîchage Bio Infos « MBI » et le Réf Bio Infos) et 2 bulletins en arboriculture (l'encart Arbo Bio Infos « ABI » et la Reinette). Ces bulletins présentent généralement:

- L'agenda des visites GRAB et autres, des journées techniques ITAB-GRAB, des formations
- Les nouveautés de l'équipe arboriculture ou maraîchage
- Un bref d'information
- Un dossier ou fiche technique : compte rendu d'essai, article de synthèse, bilan des essais du GRAB.

Le GRAB a diffusé pour l'année 2009 :

- 11 encarts Arbo Bio Infos (ABI) : mensuel
- 9 bulletins Réf Bio Infos : bimestriel
- 5 Maraîchage Bio Infos (MBI) : trimestriel
- 1 Reinette : nouveau bulletin publié occasionnellement

| **Bulletins d'informations** | **Le Maraîchage bio Infos (MBI)** | **L'encart Arboriculture bio Infos (ABI)** | **La Reinette** | **Le Réf bio Maraîchage** |
|---|---|---|---|---|
| **Périodicité (2009)** | 2 mois (au début) puis 3 mois | 1 mois | Occasionnel | 1 ou 2 mois |
| **Nombre** | 5 numéros | 12 numéros | 1 numéro | 9 numéros |
| **Publics concernés /nombres** | Abonnés MBI /18 Adhérents Maraîchage /100 Listing Techniciens légumes (conventionnel ou bio PACA et LR) Agribio/ 75 | Adhérents Arboriculture/25 Techniciens Arboriculture/100 | Adhérents Arboriculture/25 Techniciens Arboriculture/100 | Producteurs Maraîchage PACA (Département 04, 05, 06, 13, 83,84) / 50 Adhérents Maraîchage département 30 et 34/ |
| **Profil du public** | Agriculteurs Techniciens légumes Animateurs Agribio | Agriculteurs Techniciens | Agriculteurs Techniciens | Producteurs Techniciens et Animateurs Agribio |
| **Temps passé pour la rédaction** | 2 à 3 jours de rédaction/bulletin + ½ journée d'envoi soit 13 jours en 2009+ 3 jours secrétariat | 2 jours/mois soit 24 jours en 2009 | Occasionnel | 3 jours de rédaction /bulletin + ½ journée d'envoi soit 25 jours en 2009 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Moyen d'envoi** | - **Courrier** adhérents maraîchage<br>- **Mail** : Techniciens légumes et animateurs Agribio | Courrier | Courrier | - Courrier: maraîchers bio PACA<br>- Mail: techniciens et animateurs bio |
| **Coût d'envoi** | 600 euros environs | Inconnu | 70 euros | 3373 euros |

- Les bulletins MBI et Réf bio Infos sont envoyés dès leurs parutions : les envois se font par courrier pour les adhérents maraîchages (MBI), maraîchers bio PACA (Réf bio Infos) et par mail (sous forme d'échanges de bulletins) aux techniciens légumes bio ou conventionnel et aux animateurs Agribio.
- Les envois des bulletins ABI et la Reinette se font sous forme d'envoi groupé par courrier au moment de l'adhésion et à la fin de chaque année pour ceux qui renouvellent leur adhésion.

Remarque:

Les techniciens-conseillers ont pour missions d'assurer le relais d'informations fournies par le GRAB auprès des agriculteurs.

Généralement, les techniciens légumes sont les premiers à recevoir les résultats d'expérimentation du GRAB, afin d'en prendre connaissance et de pouvoir faire le relais auprès des agriculteurs. Cependant, cette technique d'envoie n'est appliqué que par l'équipe maraîchage particulièrement par Catherine Mazollier. Les autres envoient leurs diffusions de résultats au même moment que les agriculteurs.

Le GRAB n’a aucun suivi sur l'utilisation des diffusions par ces techniciens-conseillers. Nous ne savons pas si le relais d'information est fait ou pas par les techniciens auprès des agriculteurs. D'où une limite d'informations à laquelle la station est confrontée vis-à-vis des diffusions de résultats du GRAB.

## 1.4 Rapports d'activités programmes :

Ils présentent les activités de l'année (N-1), les programmes à venir (N+1) et rapport financier de l'année (N-1) réalisés par la station. En 2009, le GRAB a publié :

- 90 Rapports Activités 2009
- 90 Programmes 2010
- 90 Rapports financiers 2009

| **Rapports D'activités programmes** | |
|---|---|
| **Périodicité** | 1 fois /ans |
| **Publics** | Agriculteurs, Techniciens-Conseillers, Partenaires. |

## 1.5 Articles de presse et Publications professionnelles :

Ce sont des articles rédigés chaque année dans 5 à 10 revues nationales (Fruits et légumes, cultures légumières, Arboriculture fruitières, PHM, Phytoma, alter Agri, Biofil, la France agricole… et dans les journaux départementaux (Vaucluse agricole, l'exploitant du Gard, l'Agriculture provençal…)

| **Articles de presse Publications professionnelles** | |
|---|---|
| **Périodicité** | Pas de période prédéfinie |
| **Publics** | Agriculteurs – Adhérents, Techniciens-Conseillers, Grand public |
| **Articles rédigés par les journalistes** | **-Presse Quotidienne Régionale: PQR**<br>**- Presse Agricole Régionale: 3**<br>**- Revues spécialisées non bio : 2**<br>**- Bio : 1** |
| **Articles rédigés par l'équipe** | **-Revues spécialisées non bio : 4**<br>**- Bio: 8** |

## 2. Autres supports

### 2.1 Visites et Démonstrations:

Ce sont des journées portes ouvertes organisées par le GRAB, soit au sein de la station, soit chez les producteurs. Les visites olive sont particulièrement organisées chez les producteurs. A l'occasion de ces visites, les ingénieurs présentent leurs travaux et démontrent comment réussir la production biologique. C'est une manière d'assurer leur proximité et disponibilité auprès des agriculteurs. Les visites s'organisent généralement par filière (Maraîchage, Arboriculture, Viticulture et PAM). Cinq visites et démonstrations (Maraîchage et olive) ont été organisées en 2009 par le GRAB :

| **Visites-Démonstrations** | **Maraîchage** | **Olive** |
|---|---|---|
| **Périodicité 2009** | 2 visites en 2009 | 4 visites en 2009 |
| **Publics concernés/nombres** | Adhérents /100 Maraîchers bio PACA Producteurs départements 30, 34, 07,26 | Oléiculteurs<br>Techniciens |
| **Temps passé par visite** | 8 jours par visite (préparation amont et aval)<br>+ ½ x 4 durées de la visite | 3h (préparation/visite)<br>½ journée pour la visite<br>1h de compte rendu |
| **Nombre de participants par visite** | Hiver: 20 participants<br>Été : 50 participants | Environ 15 participants |
| **Coût des visites** | 450 euros environ<br>(frais envoi des courriers) | 35 euros en moyenne (frais envoi des courriers) |

## 2.2 Site Internet-Blog bio

Le site actuel est un site transitoire. Ce blog a été crée en attendant le nouveau site. Ainsi on y retrouve : les actualités du GRAB et quelques informations sur la station.

| **Blog bio** | |
|---|---|
| **Date de création** | Mars 2009 |
| **Public** | Tout public |
| **Fréquentation du 06/08/2009 au 05/08/2010** | Un total 67110 par an soit en moyenne 183,86/jour |
| **Page plus consultées :** | Page d'accueil, page Innova bio |
| **Pays plus consulté :** | France, Maroc |

## 2.3 Salons Professionnels Colloques:

- Stand et conférences Miffel : sont des conférences internationales sur la lutte biologique et des stands où le GRAB participe et donne des informations diverses. En général, tous les salariés du GRAB se relaient pour le stand et organiser 2 conférences pour cet événement chaque année.

| **Stand et conférences bio au Miffel** | |
|---|---|
| **Périodicité** | 1 fois/an |
| **Publics** | Agriculteurs – Adhérents, Techniciens-Conseillers, Grand public |
| **Temps passé** | Environ 10 jours (préparation, intervention, installation et enlèvement stand) |
| **Coût de participation** | Stand gratuit/ financé par le Conseil Régional PACA |

- Journées techniques ITAB-GRAB : sont des colloques ou salons nationaux de fruits et légumes où le GRAB participe et échange des informations avec d'autres structures. En général, le GRAB prévoit 3 à 4 interventions pour ces journées techniques.

| **Journées techniques ITAB-GRAB** | |
|---|---|
| **Périodicité** | 1 fois/an |
| **Publics** | Agriculteurs – Adhérents, Techniciens-Conseillers, |
| **Temps passé** | 25 jours |
| **Coût de participation** | Inconnu |

## 2.4. Formations

Le GRAB intervient aussi dans la formation de nouveaux ingénieurs (étudiants). Des formations sur l'agriculture biologique sont organisées par le GRAB en collaboration avec le Lycée Agricole d'Avignon et de Carpentras, l'IUP Agronomie d'Avignon, l'école des ingénieurs, le CFPPA. En 2009, le GRAB a réalisé 473 heures de formations qui sont assurées par l'équipe arboriculture et maraîchage.

| **Formations** | **Arboriculture** | **Maraîchage** |
|---|---|---|
| **Périodicité 2009** | | |
| **Publics concernés** | Arboriculteurs bio<br>Étudiants<br>Lycéens | Maraîchers bio<br>Étudiants<br>Lycéens |
| **Temps passé par formation** | ½ à 2 jours de formation | ½ à 2 jours de formation |
| **Nombre de participants par formation** | environ 12 en moyenne | Environ 12 en moyenne |
| **Coût des formations** | 600 à 750 euros/ jour + frais de déplacements hébergement, repas (par formation) | 600 à 750 euros/ jour + frais de déplacements hébergement, repas (par formation) |

## II. Plan de communication :

### 1. Quelles sont les attentes des différents publics ?

Afin de répondre à cette question, nous avons réalisé une enquête quantitative pour mesurer l'attente des publics du GRAB et de mieux répondre à leurs besoins d'informations techniques en production biologique.

Les publics du GRAB veulent être mieux informés sur :

- **Comment produire bio :**

- Choix variétaux sur les espèces mineures
- Itinéraires culturaux
- Calendrier de fertilisation
- Informations techniques sur les variétés en cultures maraîchères et sur les produits diversifiés avec quelques adaptations régionales.
- Viticulture bio avec des résultats d'expérimentation
- Expérimentations sur les fraises et culture fruitière
- Planning de productions adaptées à la région PACA

- **Des informations sur les aspects réglementaires sur la production en bio :**

- Nouveau réglementation
- Nouvelles techniques de production en AB

- **Des informations sur les aspects technico-économiques :**

- Références économiques en AB (petites exploitations)
- Information sur la recherche bio européenne voir internationale
- Coût de production bio

- **Diffusion par Internet :**

- Amélioration du contenu web
- Forum de discussion et d'échange sur le site Internet GRAB
- Actualisation des informations sur le site

- Publication vidéos visites et démonstrations dans le site Internet
- Site intuitif, facile d'accès.

➢ **Diffusions écrites :**

- Envoi des fiches techniques (légumes ratatouilles)
- Invitations pour les formations
- Bilan des expérimentations
- Expérimentation en cours
- Plus de visites et démonstration
- Informations visionnaires
- Moins de termes techniques dans les publications
- Envoi des résultats par mail

➢ **Proximité auprès des agriculteurs**

2. Sont-elles satisfaites?

Les attentes de ces informations ne sont pas toutes satisfaites. Plusieurs des attentes mentionnées ci-dessus restent à être améliorées.

3. Où se trouvent les blocages de l'information? Pourquoi? Est- ce que c'est d'ordre organisationnel ?

Les blocages d'informations du GRAB sont d'ordre organisationnel.
En effet, le GRAB a mis en place un système de diffusions sans pour autant bien distinguer et gérer ses différents publics. Ceci constitue un frein à la mise en place d'une communication adaptée aux attentes du public. La gestion des listes des destinataires n'est pas bien structurée (pas d'accès partagée aux listes : listes e-mail ou Excel, profil des destinataires).

4. Les points forts et les points faibles du GRAB

| Les points forts | Les points faibles |
|---|---|
| Principale station d'expérimentation dans la production bio<br>- Plusieurs moyens et canaux de diffusion techniques | Le GRAB ne dispose pas de moyens humains et financiers dédiés à la communication.<br>- Son public n'est pas identifié : diverses qualifications de profil |

## 5. Objectifs :

A l'occasion de ces 30 ans le GRAB a mis en place une nouvelle stratégie « GRAB 2020 ». Dix objectifs ont été définis dont l'amélioration de la communication du GRAB qui est un des objectifs stratégiques à atteindre d'ici 2020. Le GRAB veut :

- Améliorer sa visibilité en mettant en place une communication ciblée,
- Identifier son public afin de mieux répondre à leur attente d'information,
- Mettre en place des outils plus pertinents : un site Internet entièrement rénové.
- Mieux accompagné son public dans leur production bio : communication de proximité

## 6. Message, Cibles et moyens

### Message

Le GRAB : connaissance et compétence en agriculture biologique.

### Cibles

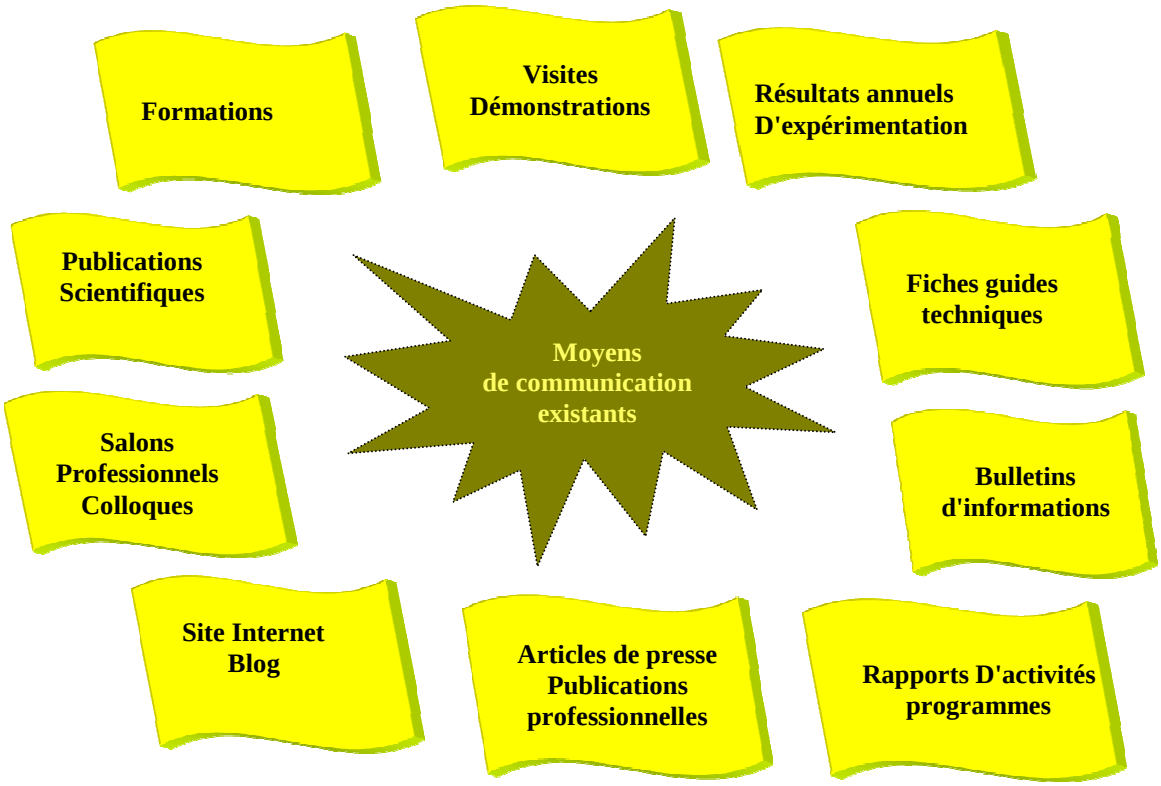
Ciblage quantitatif : catégories socioprofessionnelles

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Publics principaux** | Agriculteurs Bio et non bio | Techniciens-Conseillers-Expérimentateurs | Partenaires financeurs et institutionnels |
| **Publics secondaires** | Chercheurs | Etudiants | Grand public |

Chaque type de cible nécessite une communication spécifique

## Moyens

Le GRAB a déjà mis en place des moyens de communication pour son public que sont les suivants :




Après avoir identifié la qualification du public cible, nous allons, pour le choix des moyens, adapter ces moyens en fonction de ces cibles dans le but d'atteindre les objectifs du GRAB.

Nous allons ainsi évaluer ces moyens sous deux paramètres :
-Objectif/moyens
-Cibles/moyens

## Objectif/moyens

| **Moyens** / **Objectifs** | Bulletins d'infor-mations | Fiches et guides techni-ques | Résultats annuels d'expéri-mentation | Visites et démonstrations | Journées techniques ITAB-GRAB | Site Internet | Assemblée Générale |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Visibilité du GRAB | x | x | | x | x | x | |
| Communication ciblée | x | x | x | x | x | | |
| Amélioration des outils de communication | x | x | | x | | x | |
| Communication de Proximité | | | | x | x | | x |

## Cibles/moyens

| **Cibles** / **Moyens** | Agriculteurs Bio et non bio | Techniciens conseillers expérimentateurs | Partenaires financeurs institutionnels | Chercheurs | Etudiants | Grand public |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Bulletins d'informations | x | x | | | | |
| Fiches et guides techniques | x | x | | | x | |
| Résultats annuels d'expérimentation | x | x | x | | | |
| Visites et démonstrations | x | x | | | x | |
| Journées techniques ITAB - GRAB | x | x | | | | |
| Site Internet | x | x | x | | x | x |
| Assemblée Générale | x | x | x | | | x |
| Publications Scientifiques | | | | x | | |
| Commission Technique Professionnel | x | x | | | | |
| Articles de presse | x | x | x | | | x |
| Rapports d'activités annuels | x | x | x | | | |

## 7. Préconisations :

Comme l'affirme Sophie Millot dans son œuvre : « il n'y a pas de bonne enquête si les résultats ne sont pas utilisés. La communication des résultats en fin de parcours est une phase essentielle où l'énergie à dépenser est proportionnelle aux freins internes identifiés … la stratégie de communication doit s'articuler sur la dynamique d'amélioration »[1]. Nous allons ainsi, au vu des résultats de notre enquête quantitative et des conclusions que nous en avons tirées, déterminé des préconisations qu'ils seraient propices d'appliquer afin d'améliorer les diffusions techniques des innovations et de se rapprocher au maximum des attentes que souhaitent le public du GRAB. Il serait opportun de mettre en place les préconisations énoncées ci-dessous :

- Identifier son public selon les profils, les filières et les attentes en information : travail déjà réalisé grâce à mon stage, il conviendra de veiller à sa mis à jour régulier.
- Elaborer les moyens de communication en fonction des catégories de publics
- Revoir les titres des bulletins d'informations et la diffusion des fiches techniques pour qu'ils soient mieux connus aux publics
- Définir un plan pour la publication des bulletins d'informations
- Mettre à jour le listing de chaque filière à chaque visite
- Mettre en place une base de données classée selon profil : mail et courrier postal
- Mettre en place un site Internet bien fournis : fait en grande partie pendant mon stage. Il s'agira ainsi de terminer le site internet et de veiller à la mis à jour des actualités.

Voyons à présent plus en détail comment il serait possible de mettre en place ces préconisations.

[1] Sophie Millot, « l'enquête de satisfaction : Guide méthodologique » page 174, Edition Afnor

## Identifier son public selon les profils, les filières et les attentes en information

Les résultats de notre enquête quantitative l'ont mis en lumière, les personnes interrogées ont différents profils et qualifications. Ainsi, elles n'ont pas toutes les mêmes attentes en informations et ne privilèges pas tous les moyens de diffusions. En effet, les uns demandent plus de diffusions écrites les autres plus de diffusions sur le site Internet.

Comme nous l'avons remarqué dans l'enquête, les personnes interrogées particulièrement les techniciens-conseillers et les agriculteurs sont plus intéressées par les visites-démonstrations, les bulletins d'informations. Donc il serait importun d'organiser davantage de visites - démonstrations et d'améliorer le contenu de ces bulletins. Ceci permettra au GRAB d'atteindre son objectif d'être plus visible à travers ses publications.

## Elaborer les moyens de communication en fonction des catégories de publics

Après avoir déterminé la qualification des publics du GRAB, nous pouvons constater que souvent les blocages d'informations sont dus à une publication non ciblée. En effet, certains publics du GRAB affirment recevoir des informations qui ne les intéressent pas.

Le GRAB doit ainsi, après avoir mesuré les attentes de son public, envoyer les informations en fonction des demandes et avec des moyens plus adaptés aux demandeurs d'informations.

Par exemple :

Nous avons noté par rapport à l'enquête que les techniciens et agriculteurs demandent plus de publications par le site Internet et l'envoi des diffusions écrites soit par courrier soit par mail.

Pour ce public, le GRAB doit privilégier l'envoi des informations via ces moyens de diffusion cités.

## Revoir les titres des bulletins d'informations et la diffusion des fiches techniques pour qu'ils soient mieux connus aux publics

Un nombre important des personnes interrogées par notre enquête affirment ne pas recevoir les fiches techniques et certains bulletins comme le Réf bio maraîchage et la Reinette. Alors que les fiches techniques sont pourtant insérées dans les bulletins d'informations et sont diffusés sur le site de l'ITAB.

La remarque que nous pouvons tirer ici, c'est que ces personnes ne connaissent pas l'existence de ces diffusions. Ainsi, pour les faire mieux connaître, le GRAB devrait penser à revoir les titres de ces diffusions pour qu'ils soient mieux connus et plus parlant aux publics. En effet, les titres des bulletins d'information gagneraient à être changés pour plus de visibilité.

Pour les fiches techniques, il faudrait insister sur leurs existences à l'occasion des visites et conférences organisées par la station et aussi signaler leurs lieux de parutions.

## Définir un plan pour la publication des bulletins d'informations

Nous avons aussi remarqué que les diffusions du GRAB ne se font pas toutes de manière structurées. Les bulletins en maraîchage sont envoyés dès leurs parutions aux publics concernés contrairement aux bulletins en arboriculture qui sont envoyés une fois dans l'année de manière groupée. Ceci n'est pas une bonne stratégie pour la pérennité des diffusions du GRAB. La station veut améliorer sa visibilité à travers ses diffusions : pour cela, il faudrait que le GRAB mette en place un planning des diffusions des bulletins de manière structurées : envoi des bulletins à chaque parution. Ceci renforcera la fidélité des publics du GRAB.

## Mettre à jour le listing de chaque filière à chaque visite

Au sein de la station, nous remarquons des retours de courriers importants par rapport aux envois des informations, aussi des personnes potentielles du GRAB affirment ne pas recevoir certaines diffusions alors qu'elles devraient les recevoir. Ainsi, le GRAB devrait mettre à jour ces listes d'envoie de courriers afin d'éviter ces erreurs. La station devrait, à

l'occasion des visites et assemblée générale qu'elle organise, remettre à jour ces listes par rapport à la présence du public et la liste de nouveaux adhérents et abonnés de la station.

### Mettre en place une base de données classée selon le profil : mail et courrier postal

Actuellement, la gestion des listes du public de la station du GRAB n'est pas bien structurée : il n'y a pas d'accès partagé de listes de diffusions. Chacun gère sa propre liste de diffusion. Ainsi, le GRAB devrait créer une base de données commune des différents publics du GRAB en fonction de leurs profils et leurs attentes en informations.

### Mettre en place un site Internet rénové

Comme le souligne Alex Mucchielli[2], « L'accès à Internet, aux courriers électroniques, offre des possibilités de travailler autrement ». Ainsi, le site Internet du GRAB devrait être actualisé régulièrement. Il faudrait mettre une actualité par semaine et prévoir des newsletters pour alimenter le site Internet. Ceci permettra à la station de renforcer la visibilité de la station à travers ses diffusions sur le net. Un site entièrement rénové qui répond aux attentes des publics interrogés.

Ces préconisations permettront de montrer au public que le GRAB « écoute » son public et prend en considération ses besoins et ses attentes.

[2] Alex Mucchielli page 21

## 8. L'ébauche du plan de communication

| Objectifs de communication | Messages | Cibles | Moyens |
|---|---|---|---|
| Visibilité du GRAB | Accessibilité facile des informations | -Agriculteurs,<br>-Techniciens-conseillers-expérimentateurs,<br>Partenaires institutionnels,<br>Chercheurs | -Bulletins d'information<br>-Rapports annuels d'expérimentation<br>-Fiches et guides techniques<br>-Visites et démonstrations<br>-Site Internet<br>-Rapport annuel d'activité et de programme<br>- Publications scientifiques |
| Communication ciblée | Diffusion adaptée à votre profil | Public ciblé :<br>- Selon filière (Arboriculture, Maraichage, Viticulture, Plantes aromatiques médicinales)<br>- Selon les qualifications (Agriculteurs, techniciens-conseillers- expérimentateurs, chercheurs, étudiants etc.) | -Bulletins MBI et réf Bio pour les maraichers<br>-Bulletins ABI et Reinette pour les arboriculteurs |
| Amélioration des outils de communication | Innovation des outils | -Agriculteurs,<br>-Techniciens-conseillers-expérimentateurs,<br>-Chercheurs,<br>-Etudiants, grand public | -Site internet<br>-Bulletins d'informations |
| Communication de Proximité | Proximité et disponibilité | -Agriculteurs,<br>-Techniciens-conseillers-expérimentateurs, | -Visites et démonstrations<br>-Journées techniques ITAB-GRAB<br>- Commissions Techniques Professionnelles |

9. Piloter et suivre le plan

Calendrier des actions

| Dates / Moyens | Objec -tif | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet | Aout* Sept* | Oct. | Nov. Déc. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bulletins d'informations -ABI | | | | | | | | | | | |
| -Reinette | | | | | | | | | | | |
| -MBI | | | | | | | | | | | |
| -Réf bio infos | | | | | | | | | | | |
| Fiches techniques | | | | | | | | | | | |
| Résultats annuels d'expérimentation | | | | | | | | | | | |
| Visites et démonstrations | | | | | | | | | | | |
| Site Internet | | | | | | | | | | | |
| Assemblée Générale | | | | | | | | | | | |
| Rapports d'activités et Programmes | | | | | | | | | | | |
| Publications Scientifiques | | | | | | | | | | | |
| Salons et Stands Miffel | | | | | | | | | | | |
| Commissions Techniques Professionnelles | | | | | | | | | | | |
| Articles de presses | | | | | | | | | | | |

La mise en œuvre de ce calendrier se fera de manière suivante :

Les bulletins d'informations : l'ABI, le MBI, la Reinette, le Réf bio infos

Ils seront publiés dès parution par la secrétaire Catherine Dunand. Le GRAB planifiera un calendrier de publication qui respectera les dates de parution de chaque bulletin.

Le référent de chaque filière veillera à l'envoi de ces publications :

- Les bulletins MBI et le Réf bio infos par Catherine Mozallier
- Les bulletins ABI et le Reinette par Sophie Ondet

Ces bulletins seront publiés aussi dans le site Internet du GRAB avec une mise à jour à chaque parution par Catherine Dunand.

Les Fiches techniques :

La station publiera des fiches techniques par périodicité de 2 mois. Elles seront diffusées dans le site Internet du GRAB avec une mise à jour à chaque parution. Ces fiches techniques seront aussi disponibles sur demande pour le public.

Les visites et démonstration :

La station programmera trois visites annuelles pour chaque filière (Arboriculture, Maraichage). Un plan de suivi et des mises à jour des listes de participants de chaque visite seront établis afin de recenser les attentes des publics cibles et les prendre en compte pour les visites à venir. De même, des entretiens avec les techniciens (relais les informations auprès des agriculteurs) seront réalisés pour améliorer les diffusions des résultats d'expérimentations.

Site Internet :

Un planning de mis à jour des informations sur le site sera établi afin de fidéliser les internautes :

- 1 actualité par semaine exposant les nouveautés de la station
- 1 newsletter par trimestre reprenant toute l'actualité de la station et des informations dans le milieu agricole
- Un forum de discussion et d'échange d'informations sur les résultats et essais réalisés par le GRAB ou ces partenaires institutionnels sera alimenté sous forme de questions-réponses.

Ce travail de mise à jour sera géré par une personne centrale que le GRAB devra désigner pour la survie du site Internet GRAB.