

DOSSIER PROJET SOCIETAL

2023 -2024

TABLE DES MATIERES

1

INTRODUCTION

Contexte	4
Objectifs	4

2

ÉTUDE DOCUMENTAIRE

A. Nombres d'exploitations	6
B. Surfaces agricoles	7
C. Types d'exploitations	8
D. Différents types de travailleurs	9
E. Âge des exploitants en France	10
F. Type d'agriculture dans le Trégor	11
Conclusion	12

3

ÉTUDE QUANTITATIVE

Objectifs	13
Cibles	13
Diffusion	13

4

ENVIRONNEMENT INTERNE ET EXTERNE

Environnement Externe	14
Environnement Interne	16
LEAN CANVAS	17

5

ANALYSE DE L'IDENTITÉ GRAPHIQUE

Analyse de l'existant

18**6**

PROPOSITIONS GRAPHIQUES

A. Recherche nom

19

B. Proposition nom

19

C. Proposition charte graphique 1

20

D. Proposition charte graphique 2

21

E. Propositions non retenues

23

F. Proposition nom gamme

24

H. Proposition logo gamme

24**7**

SITE VITRINE

Type de site

25

Études de sites

26

Solution proposée

27**8**

RECOMMANDATIONS

Objectifs

18

Cibles

19

Diffusion

Contexte

Sociétal créée par Achille Gausserès, étudiant en école d'ingénieur en agronomie à Rennes. L'entreprise est donc basée sur Rennes et incubée par Pépite, son école ainsi que Station Rennes Innovation.

Lors de différents stages et contacts avec des agriculteurs d'artisans boulangers. Achille prend conscience du manque d'autonomie des agriculteurs.

Les enjeux sont donc de communiquer aux agriculteurs l'intérêt de la technologie dans leurs métiers ainsi que de créer de nouveaux liens entre eux.

Objectifs

- Rendre les agriculteurs plus autonomes à l'aide de solutions techniques simples d'utilisation et d'accès.
- Créer de nouveaux liens au sein de la communauté agricole, en favorisant la collaboration, l'entraide et l'échange de connaissances entre les agriculteurs.
- Sensibiliser les agriculteurs à l'importance de l'incorporation de la technologie dans leurs pratiques agricoles, ce qui peut les aider à améliorer leur productivité, leur efficacité et leur durabilité.

Étude documentaire

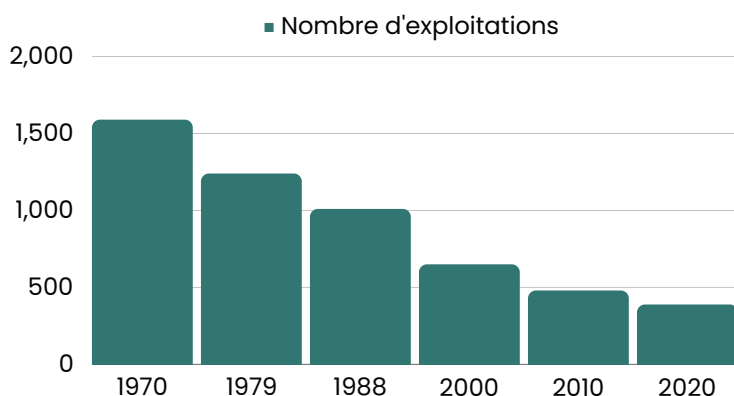
Dans notre étude, nous nous baserons sur des chiffres sur le territoire Français, Breton et dans le Trégor. Première région française créatrice d'emplois agricoles, la Bretagne compte 66 670 actifs agricoles (entrepreneurs et salariés) dont 2 000 responsables d'exploitation partent en retraite chaque année.

En effet, la Bretagne est un territoire idéal pour proposer une solution dans le domaine agricole. Nous avons étudié davantage sur les chiffres et les statistiques de l'agriculture, notamment sur le type d'agriculture, la surface agricole, le nombre et le type d'exploitation, l'âge et le type d'exploitation.

Notre objectif principal consiste à obtenir une compréhension approfondie de notre territoire afin d'optimiser notre identification des potentielles cibles pour notre projet. En cherchant à répondre à cette démarche, nous visons à établir une visualisation plus précise des caractéristiques géographiques, démographiques et économiques de notre région. Nos objectifs spécifiques incluent la définition des zones clés, la compréhension des dynamiques locales et l'identification des opportunités stratégiques en fonction des particularités de notre territoire. En résumé, nous souhaitons affiner notre perspective sur le territoire pour mieux orienter nos efforts.

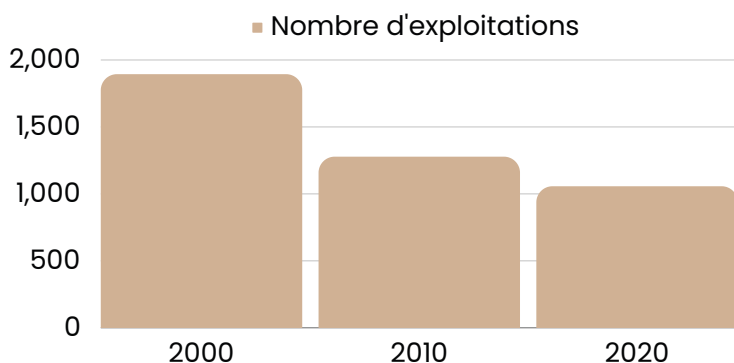
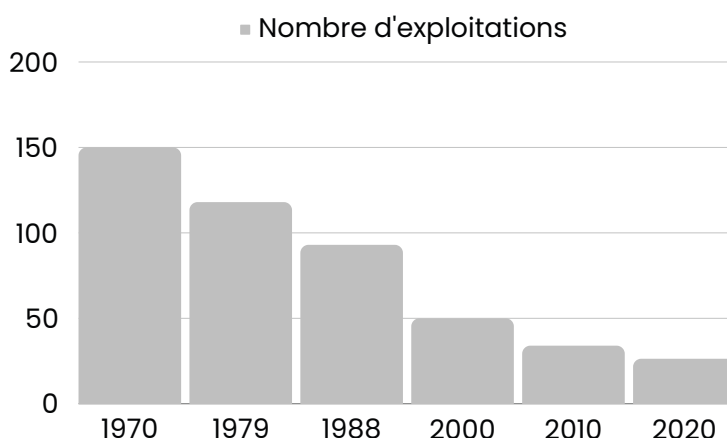
Étude documentaire

A. Nombres d'exploitations



Dans ce graphique, on peut voir une haute baisse dans le nombre d'exploitations en France (divisé par 3 en 50 ans), permettant ainsi de visualiser un changement considérable dans l'agriculture en France.

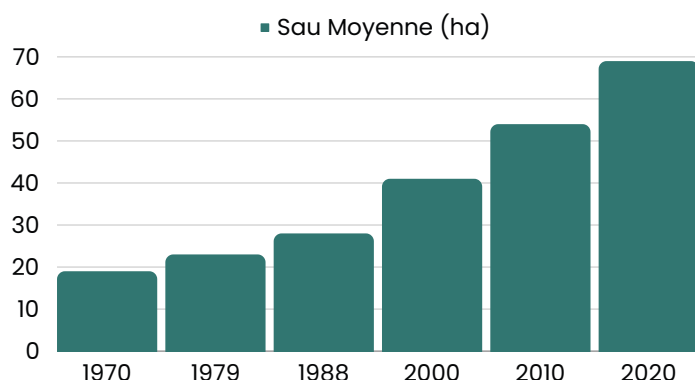
Ce graphique, lui, nous montre l'évolution de l'agriculture en Bretagne avec les nombres d'exploitations, comme pour la France la baisse est significative. Avec une grosse baisse dans les années 90



Et pour finir ce graphique nous montrant l'évolution dans le Trégor nous permet de voir que la baisse est significative et non centralisé à une région ou territoire

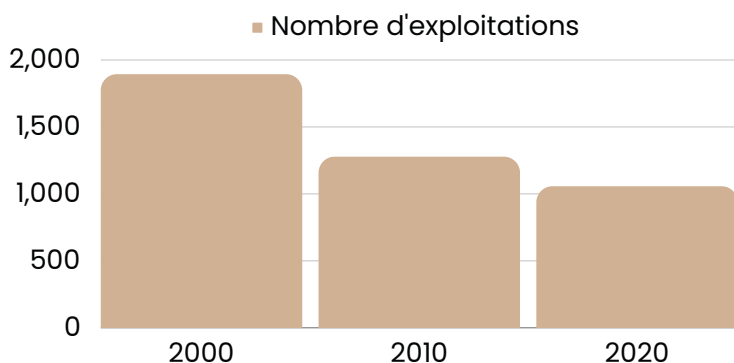
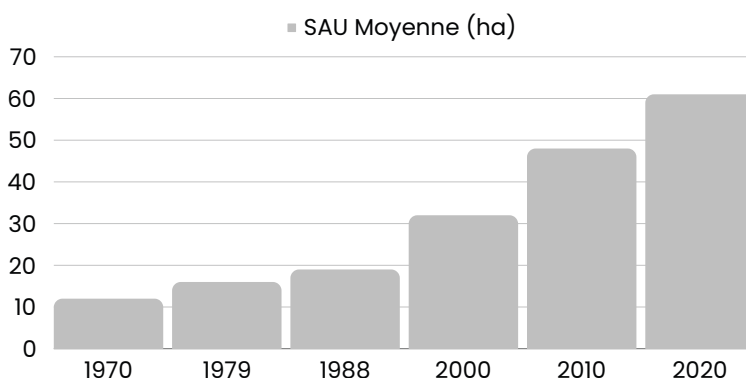
Étude documentaire

B. Surfaces agricoles



Dans ce graphique, on peut voir une haute augmentation dans la surface moyenne des exploitations en France qui est quasiment 4 fois plus grand en seulement 50 ans. Montrant ainsi que les exploitations ne cessent de grandir au fil des années.

Pareil qu'en France, on peut observer en Bretagne une nette évolution dans la surface des exploitations (environ huit fois plus). L'évolution se fait comme pour la France, constante au fil des années.

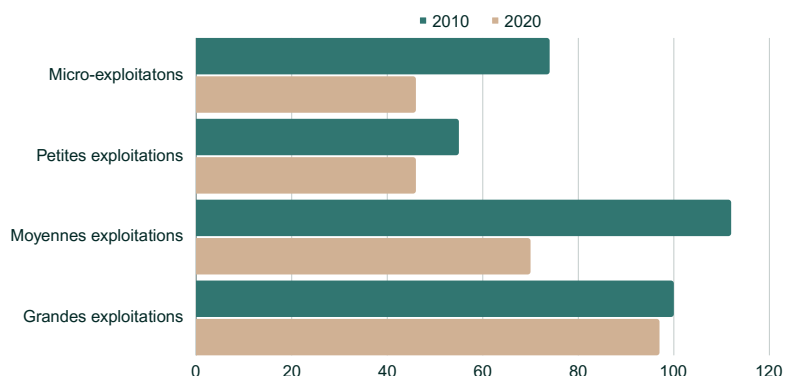


Et pour finir ce graphique nous montrant l'évolution dans le Trégor nous permet de voir que la baisse est significative et non centralisé à une région ou territoire

Étude documentaire

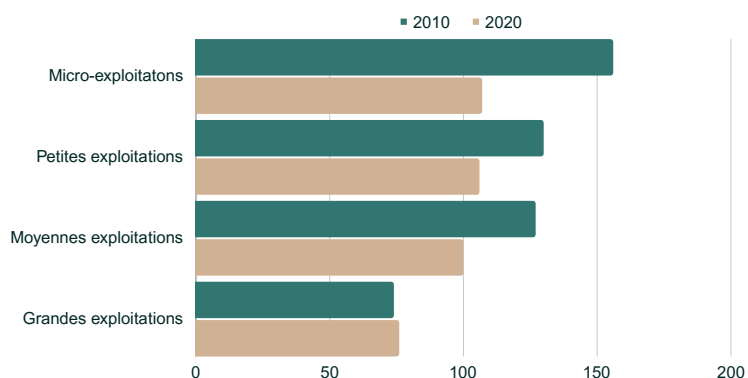
C. Types d'exploitations

EN FRANCE



Tout type d'exploitation est actuellement en diminution comparée à l'année 2010. Principalement, les moyennes exploitations sont les plus touchées par cette diminution.

EN BRETAGNE



La taille économique des exploitations en Bretagne entre 2010 et 2020 indique. Nous apercevons une baisse significative du nombre de moyennes exploitations dans la région Bretagne. Cette tendance suggère une diminution du nombre d'exploitations de taille intermédiaire.

Étude documentaire

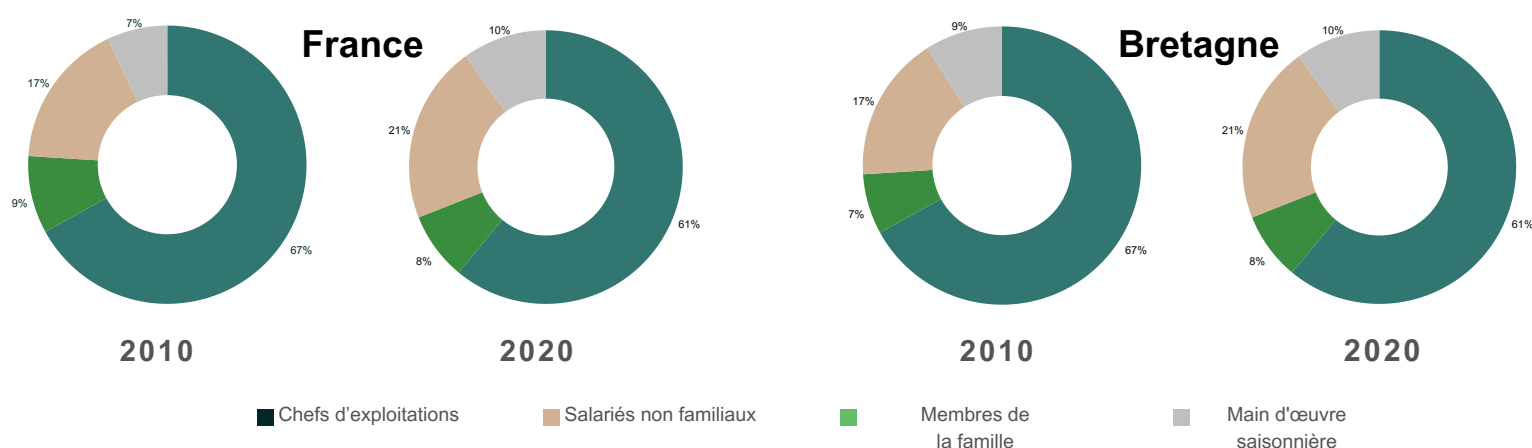
D. Différents types de travailleurs

Ces données représentent les types d'exploitants dans les exploitations agricoles. Il y a quatre types d'exploitants, notamment les chefs d'exploitation, les salariés non familiaux, les membres de la famille et les mains d'œuvres saisonnières.

En observant l'évolution de la répartition des exploitants sur 10 ans, on remarque une baisse du nombre de chefs d'exploitations et de la main-d'œuvre familiale. Par conséquent, les chefs d'exploitations recrutent davantage de mains d'œuvres extérieures, qu'elles soient salariées ou saisonnières.

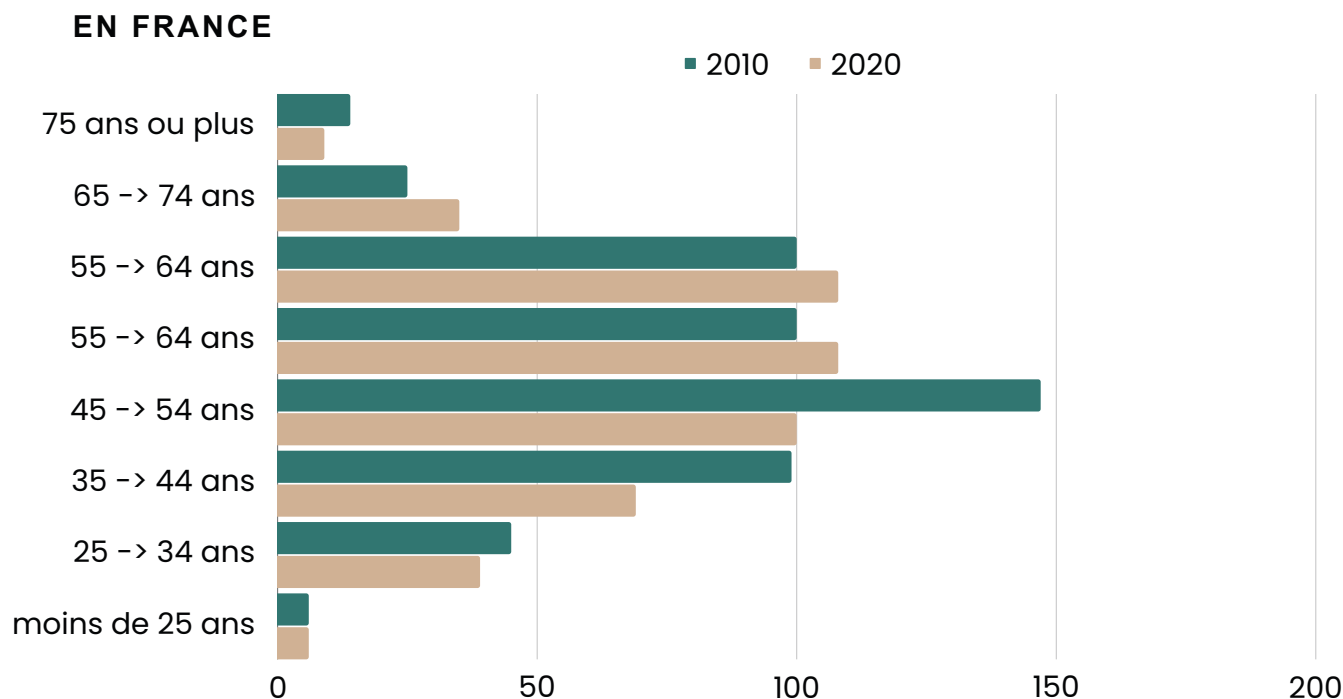
Donnée France et Bretagne

Répartition du types d'exploitants dans les exploitations

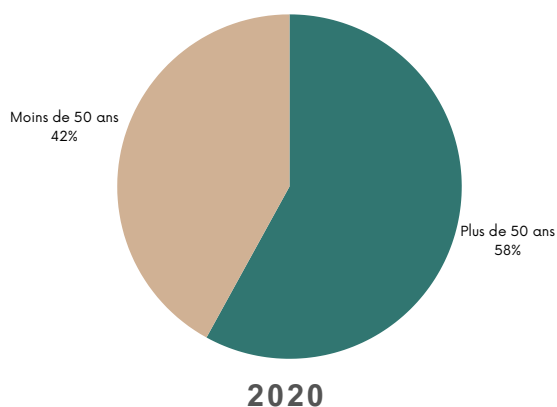
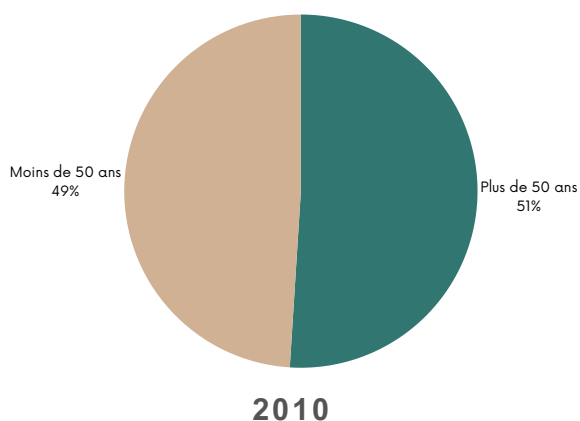


Étude documentaire

E. Âge des exploitants en France



L'âge des exploitants agricoles en France en 2010 est le plus élevé aux alentours des 45-54 ans alors qu'en 2020 nous sommes dans la tranche d'âge des 55-64 ans. Nous pouvons en conclure que la moyenne d'âge des agriculteurs augmente, ce qui nous montre donc qu'il y a de moins en moins de nouveaux agriculteurs jeunes et l'ancienne moyenne d'âge correspond en fait aux mêmes agriculteurs.



Ces deux graphiques nous montrent l'augmentation de l'âge moyen des agriculteurs de 2010 à 2020. En 2010, l'âge moyen des agriculteurs français était de 49 ans, en 2020 il était de 51 ans.

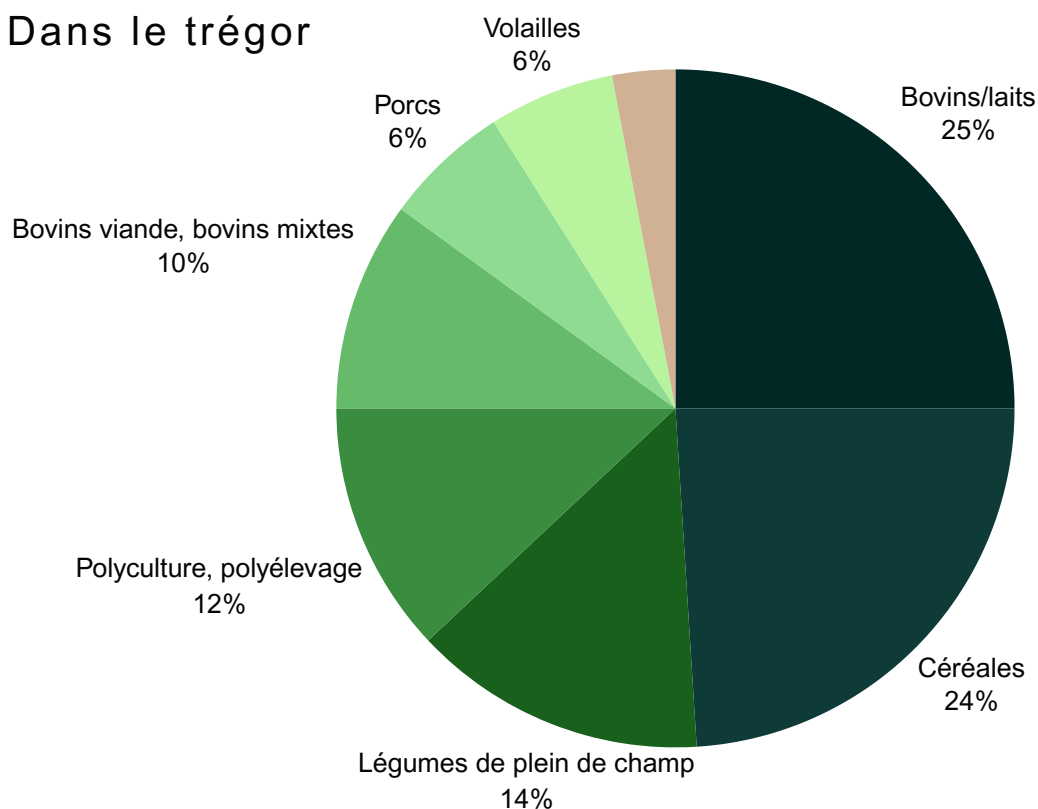
Étude documentaire

F. Type d'agriculture dans le Trégor

D'après Lannion Trégor Communauté, il y a 7 grands types d'agriculture dont 6% d'élevage de volailles pour la viande, 6 % d'élevage de porcs pour la viande, 10% d'élevage de bovins pour la viande et bovins mixtes, 12% de polyculture et polyélevage, 14% de production de légumes de plein de champs, 24% de production de céréales et 25% d'élevage de bovins pour le lait.

Ces données prouvent que 50% de l'agriculture dans le Trégor est au coeur de la production de céréales ou l'utilise à forte quantité pour les élevages de bovins pour la production de lait;

Dans le trégor



Conclusion

La baisse du nombre d'exploitations et l'augmentation de surfaces agricoles moyennes nous montrent que les agriculteurs actuels possèdent des terrains parfois trop grands et leur soumettent une charge de travail parfois trop conséquente. De plus, ils ont de moins en moins de mains-d'œuvre familiales et doivent chercher des salariés, ce qui n'est pas toujours facile. La solution proposée par Sociétal leur permettra d'améliorer leurs conditions de travail grâce à des solutions autonomes par l'utilisation simplifiée de la technologie.

Le territoire du Trégor est intéressant, car celui-ci propose des types d'agricultures recherchés par Sociétal, notamment la production de céréales et les élevages de bovins pour le lait qui consomment de grandes quantités de céréales.

Quant au marché, les études nous ont montré une population vieillissante chez les agriculteurs et les chefs d'exploitation, nous permettant de nous concentrer sur des axes de communication tels qu'une sélection et une utilisation intelligente des réseaux sociaux, la création d'un site internet et d'autres médias.

Étude quantitative

A. Objectifs du questionnaire

Pour l'étude quantitative, nous avons décidé de nous porter sur un questionnaire.

La cible de celui-ci va être les agriculteurs et va nous permettre d'avoir des informations plus précises sur différents points :

- Ont-ils des problèmes dans leur stockage de céréales
- Leur type de stockage
- Utilisent-ils des systèmes autonomes actuellement
- Souhaitent-ils accueillir des solutions autonomes dans leurs exploitations

B. Cibles

La cible de ce questionnaire va être différents agriculteurs avec comme type d'agriculture, les céréales et les bovins/laites.

C. Diffusion

Pour ce qui est de la diffusion du questionnaire, nous sommes parties sur des entretiens, car les agriculteurs ne sont pas forcément à l'aise ou actifs sur les réseaux sociaux. Le fait de les rencontrer devient donc une des seules solutions possibles.

Malheureusement, ce questionnaire a été écrit, mais n'a pas encore été utilisé pour rencontrer les agriculteurs.

Environnement externe

Facteurs environnementaux	Nature de l'influence	Niveau d'importance	Conséquences stratégiques
Politique : Plusieurs organisations peuvent aider aux financements : FEADER, ANTICIPA, LTC, BPI	Opportunité	++++	Prendre contact avec chaque organisation qui développe des aides pour se faire financer.
Économique : Début 2021 le prix de la production des céréales augmente en flèche et fin 2021 le prix est double comparé 2018. D'autant plus que le stock de celui-ci est compliqué.	Opportunité (pour notre offre) Menace (pour les agriculteurs)		Proposer un produit gérant le stock de céréales. Proposer une offre économique pour les agriculteurs
Socioculturel : <ul style="list-style-type: none"> • Parmi les agricultures du Trégor, il y a en majorité une production céréalière de 24% et 25 % de production bovine et lait). • Superficie agricole représente 41% du territoire du Trégor • Forte densité d'emploi dans les communes du Trégor (50 et plus). 	Opportunité	+++	Proposer une solution innovante pour aider le lien des céréales et des agriculteurs. Proposer une solution simple et facile à comprendre.

Facteurs environnementaux	Nature de l'influence	Niveau d'importance	Conséquences stratégiques
Technologique : <ul style="list-style-type: none"> • Tranche d'âge dans le Trégor :vieillissant • D'après une étude de McKinsey, les données et la connectivité dans l'agriculture pourraient ajouter 500 milliards de dollars de valeur supplémentaire au produit intérieur brut mondial d'ici à 2030. 	Opportunité	++++	Évaluer les avancées technologiques telles que l'agriculture de précision et ajuster les pratiques en conséquence. Se préparer à la concurrence potentielle des nouvelles technologies à moindre coût
Écologique :	Contraintes	+	Respecter les normes strictes sur l'utilisation des pesticides et la préservation des terres agricoles. Intégrer des pratiques agricoles durables pour répondre aux exigences environnementales
Légal :	Amendes liées à la politique des lois	+	Éviter les amendes en assurant la conformité aux lois environnementales et agricoles. Comprendre et respecter la législation spécifique au secteur agricole

Environnement interne

Force : <ul style="list-style-type: none">• Produit peu cher et facile d'installation• Achille est étudiant ingénieur en agronomie donc connaît très bien son sujet et ses cibles• Expérience avec des agriculteurs ayant utilisé des systèmes équivalents	Faible : <ul style="list-style-type: none">• Achille travaille seul pour concevoir son produit : peut mener à une surcharge de travail et donc faire des erreurs• Peu de fond pour financer le projet• Expérience en termes d'entrepreneuriat• Maîtrise des outils de maquettage
Opportunités <ul style="list-style-type: none">• Faible concurrence dans le Trégor• Accès à diverses subventions• Études Xerfi à disposition• Collaboration des artisans du Trégor• Expansion dans différentes zones géographiques.	Menaces <ul style="list-style-type: none">• Inflation : augmentation des coûts de production• Guerre actuelle : baisse de production, produits technologiques• Catastrophes naturelles• Réglementations environnementales• Fournisseurs peu efficaces

LEAN CANVAS

<p>La cible principale de Societal va être les différents types d'agriculteurs.</p> <p>Pour ce qui est cibles secondaires, elles vont être réparties en deux parties :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Particuliers • Collaborateurs <p>Ces cibles secondaires vont chacun avoir un impact sur le projet.</p> <p>Pour ce qui est de la cible principale qui sera l'acheteur de la solution.</p>	<p>La problématique, elle, sera de communiquer, c'est sensibiliser les agriculteurs à des solutions autonomes technologiquement. Tout en leur montrant que celles-ci ne seront pas néfastes pour eux et pour leurs exploitations.</p>
<p>La solution proposé par Societal pour répondre à la problématique va être différentes solutions autonomes à prix abordables et peu compliqués. Ces kits de solutions seront accompagné de vidéos et présentation écrite pour permettre aux agriculteurs de comprendre comment marche la solution et de savoir pourquoi elle existe.</p>	<p>Les principaux revenus de Societal vont se faire ponctuellement avec différents lors des achats de kit.</p> <p>D'autres revenus viendront des aides qui pourront être trouvées.</p>
<p>Actuellement, Achille ne possède pas de canaux de communication pour Societal. Il parle du projet uniquement à l'oral et ne permet donc pas de parler à ces cibles.</p>	<p>Les couts majeurs viendront de l'achat de matière première pour l'achat des kits.</p>
<p>La proposition de valeur de l'entreprise va être de "sensibiliser les bienfaits technologiques dans l'agriculture".</p>	<p>Pour ce qui est des indicateurs clés, nous n'avons aucune données sur lesquelles nous baser. Car actuellement Societal ne possède pas de clientèles ni d'avis sur Internet. Mais le fait que différents incubateurs lui fassent confiance et le soutiennent nous permettent de comprendre que le projet à de l'avenir.</p>

Analyse de l'identité graphique



Sociétal a choisi de se lancer dans le secteur de ventes de capteurs et solutions autonomes cherchant à viser les agriculteurs pour leur permettre d'améliorer leur situation de travail.

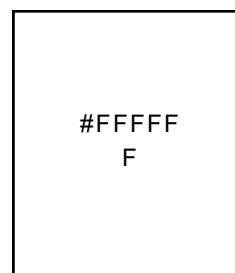
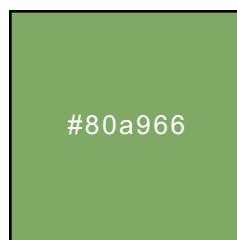
B. Objectifs du projet créatif

1. Développer une identité visuelle forte
2. Renforcer la reconnaissance de la marque
3. Adapter l'image aux valeurs et à la mission du projet

Ce logo est le celui utilisé pour le projet SoCIETAL jusqu'à aujourd'hui.

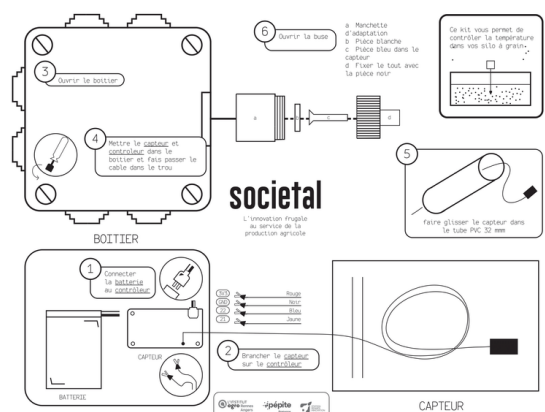
- Il n'a pas de variantes. (n'existe que sous cette forme)
- Son identité est assez faible et ne représente pas les valeurs du projet.
- Son aspect est générique.
- Sa lisibilité est gênée par la division à son centre.

Utilisation des couleurs et des polices:



Le porteur de projet (Achille Gausserès) a partagé fin 2023 un tutoriel pour mettre en place la solution.

- Le design est minimaliste.
- Les informations sont claires et compréhensibles.
- Un nouveau slogan y a été rajouté. (sous logo)
- Le logo est bien plus simpliste.



Propositions graphiques

Recherche de nom

A. Inspirations visuelles

1. Exemples de marques/adjectifs visuels

Farm21

Arable

Sensoterra

Sentek

CropX



Idée 1 : SIETA (solution innovante et technologique pour les agriculteurs)

Logo typo avec première lettre devenant une icône couleur de la lettre (vert ? marron ?)

Idée 2 : AGRITAL

Idée 3 : ACCESLIB - "Accessibilité et Liberté pour des Solutions Innovantes en Bretagne"

Idée 4 : LIBACE - "Liberté d'Accès à des Solutions Innovantes pour des Cultures Évoluées"

Idée 5 : AGROSIMPLET - "Agriculture Simplifiée, Libre et Innovante"

Idée 6 : CÉRÉON : contraction de deux divinités Cérès = déesse de l'agriculture (cible actuelle) et Éon = dieu du temps (gain de temps avec les kits)

Proposition retenue :

Cette proposition de nouveau nom de projet se voulait être neutre.

Cependant, il était important que le nom ne donne pas une impression d'un projet uniquement centré sur la technologie. Une des propositions retenue était Céréon.

Ce nom est la contraction de deux dieux :

Cérès (déesse de l'agriculture) :

- Correspond avec les cibles du projet. (agriculteurs)

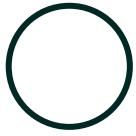
Éon (dieu du temps) :

- Représente le temps gagné grâce aux solutions proposé.

Cereon

Cérès, la déesse romaine de l'agriculture, de la fertilité et des moissons, et Héron, le dieu grec des cours d'eau et des sources. Ensemble, ces deux dieux symbolisent la force vitale de la nature et l'importance de la préservation de la vie. Le nom Céréon reflète ainsi l'objectif du projet de développer une technologie durable qui respecte l'environnement et améliore notre qualité de vie. De plus, il est facile à prononcer et à retenir, ce qui en fait un nom idéal pour un projet innovant et ambitieux.

Proposition 1



Éon

Illustre le cercle du zodiaque. Souvent représenté avec Éon



Cérès

Illustre la corne d'abondance souvent représenté avec Cérès. Elle est le symbole de l'abondance et la fertilité.



Partage

Cette main représente le partage. Plus précisément, elle illustre le fait que le projet cherche à proposer des solutions de manière accessible.

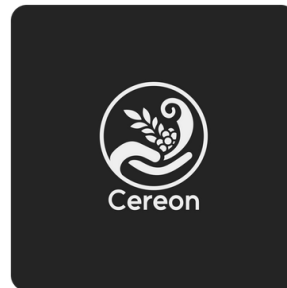


Aa Unageo
SemiBold



#002925

#FFFFFF



Aa Unageo
SemiBold



#002925

#FFFFFF

#242424

Les interdits



Tourner le logo



Utiliser des ombres



Changer la typographie



Remplir le fond du logo



Modifier le logo

L'ensemble des interdits permet de pas déformer les significations du logo. De même, ils permettent de garder une charte graphique constante et cohérente.

Proposition 2

Pour ce deuxième logo sous le nom Cereon, nous nous sommes axés sur un style plus graphique avec donc un logo typographique :



Détails:

- Le logo "Cereon" incorpore des éléments naturels, tels qu'une feuille verte et un cercle qui représente la Terre, pour évoquer un sentiment écologique ou naturel.
- Le logo est écrit en lettres minuscules avec une police simple et lisible.
- À gauche du texte, on trouve un graphisme composé d'une feuille verte et d'une lettre C en majuscule colorée.
- La feuille est stylisée avec des lignes courbes pour donner un aspect dynamique et organique.
- Le cercle incorpore des nuances de bleu et de vert, peut-être pour représenter la Terre, l'eau et la nature.

Détails:



Éon



Cérès



Partage

La Déesse Cérès

La déesse Cérès, dans la mythologie romaine, est associée à l'agriculture, à la fertilité et aux moissons.



Le « temps » représenté par Éon est illimité



Propositions non retenues

«CÉRÉON»



CÉRÉON



Nom de gamme

Recherche :

Concept de nom pour solution ventilation céréales :

idées de mots :

flow : flux (flux d'air dans les silos)

air : air qui circule

silo : endroit où sont stockées les céréales

auto : idée d'autonomie dans la solution

temp : température à l'intérieur du silo

smart : idée d'Achille



Propositions intéressantes :



Ces noms sont courts, sympathique et simple à retenir. Ils sont également faciles à prononcer. En choisissant de courts noms simples, on peut par ailleurs faciliter la reconnaissance et la mémorisation de la gamme. Cela peut aider à renforcer l'image et à la rendre plus accessible aux clients potentiels.

Proposition logo :



Création d'un logo modulable

Le design de ce logo a été pensé pour pouvoir s'adapter facilement. Le nom de la gamme de solutions est inscrit en haut, tandis que le nom de la solution est situé en bas. L'icône centrale représente le produit, c'est pourquoi elle doit être modifiée pour chaque solution. De plus, la couleur de fond varie en fonction de l'icône choisie.

Type de site

Nous avons choisi avec Achille Gausserès de partir sur un site vitrine.

Le site sera réalisé sur le CMS WordPress, ce CMS s'apprête parfaitement pour un site vitrine et de plus Achille a déjà quelques connaissances avec WordPress ce qui lui permettra de pouvoir faire évoluer le site dans le futur.

Études de sites

Weenat :

Un site web qui met en vente des capteurs agro-météo. Son thème graphique est très épuré avec des couleurs douces (bleu, vert, orange, jaune) et des formes arrondies.

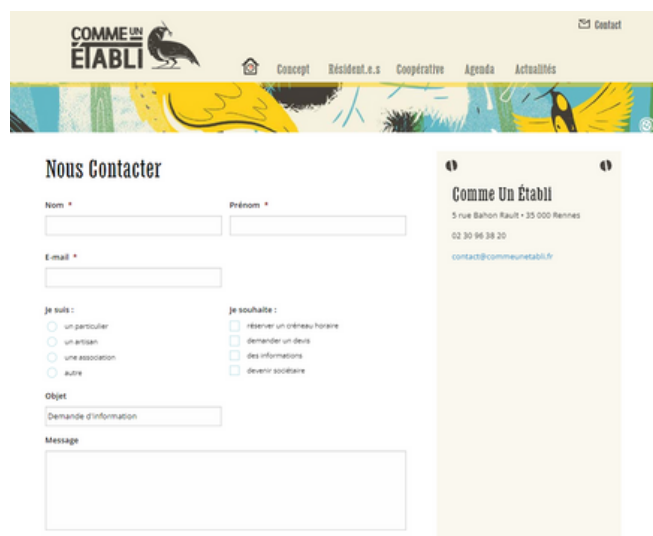
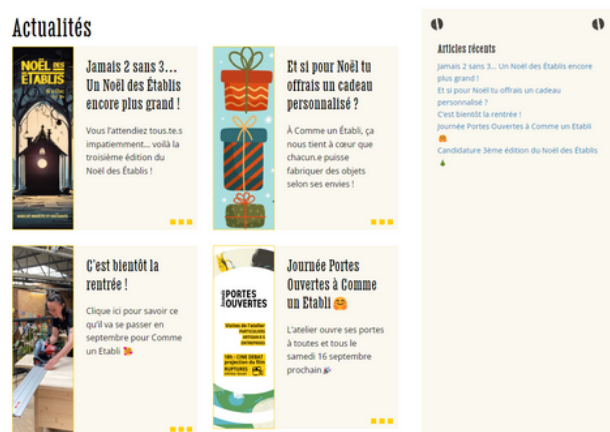


Les éléments qui nous ont inspiré :

- La façon d'on sont présentées les solutions de leur site

Comme un établi :

Un site web qui propose des cours, stages et formation dans un établi à Rennes. Son thème graphique est très épuré avec des couleurs douces (jaune, gris et blanc) et des formes droites.



Les éléments qui nous ont inspiré :

- L'idée de mettre des actus sur la société et la façon de les mettre en place dans le site.
- La structure de la page de contact, la manière de leur envoyer un mail.

Néoca :

Un site web qui met en vente leur produit qui sont des casques de vélo fashion (qui ressemble à soit des casquettes ou des bonnets). Son thème graphique est très épuré avec des couleurs sobre et noble (noir, gris et blanc) et des formes droites.



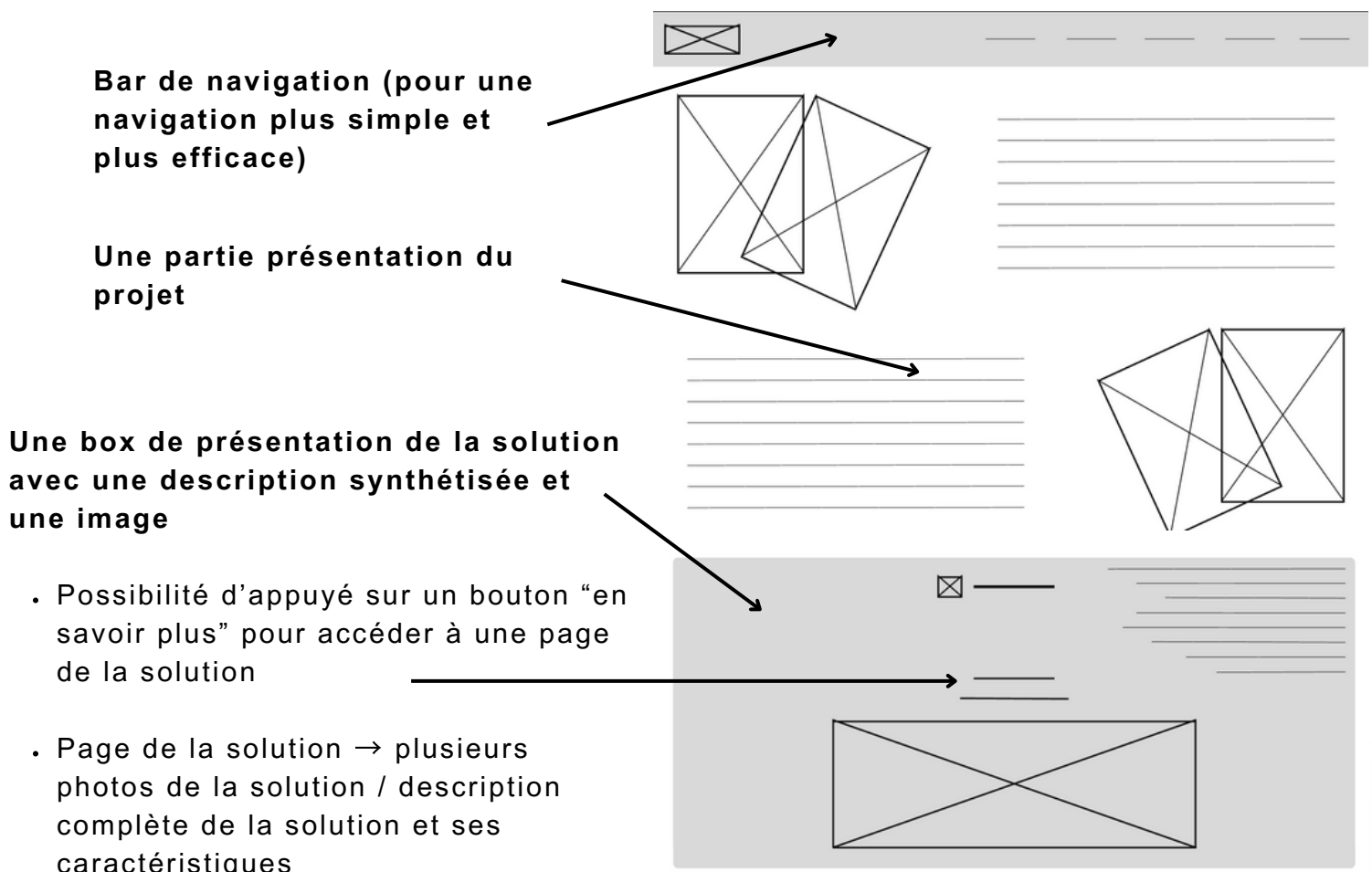
Les éléments qui nous ont inspiré :

- La structure de la partie de présentation de la marque
- La structure de la partie blog

Solutions proposées

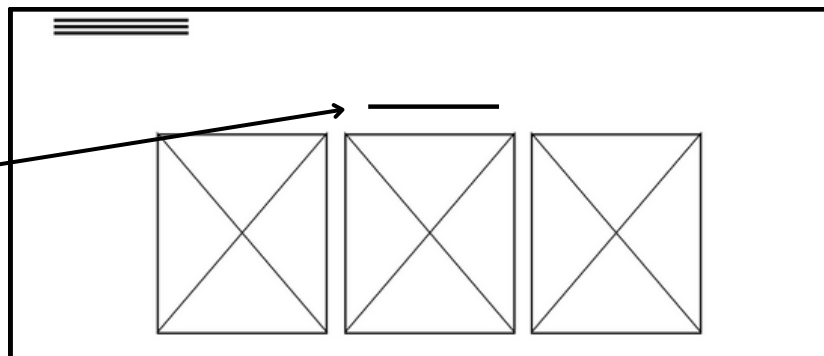
Fonctions :

- Un système d'Emailing
- Pas d'achat possible sur le site



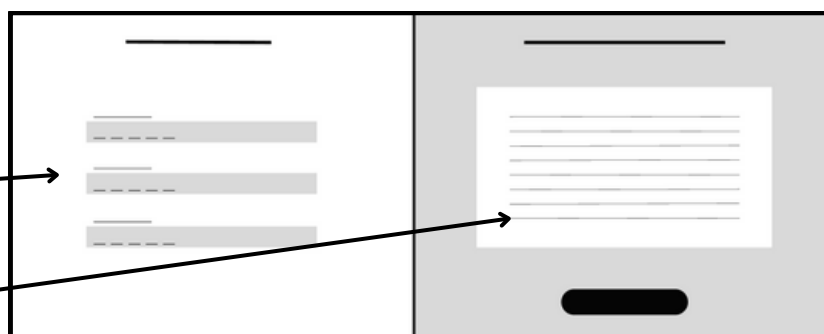
Une partie présentation des principaux participants interne au projet

- Possibilité d'appuyer sur un bouton "en savoir plus" pour accéder à une page de présentation de tous les participants interne au projet
- Page présentation des participants interne → Chef du projet (Achille Gausserès) / équipe de communication



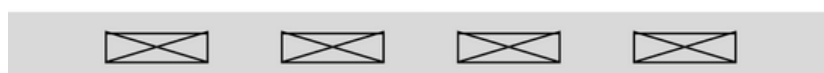
Une box contact

- Des endroits à compléter comme : prénom / nom / email / objet de la demande
- Dernièrement un endroit pour l'écriture du mail



Une bar avec tous les logos des collaborateurs du projet

- **Actuellement** : Pépite / Station innovation Rennes / Agro Campus Rennes
- **Plus tard** : LTC / BPI



Recommandations

Canaux de communications

Pour promouvoir le projet Sociétal, et ensuite différents moyens de communication vont être mis en place. Il y aura bien sûr le site vitrine qui a été présenté plus tôt. Pour ce qui est des différents canaux de communications, nous allons partir sur deux types de médias différents :

- Réseaux Sociaux
- Médias traditionnels

Réseaux sociaux

Les deux réseaux sociaux choisis vont Facebook et LinkedIn, ces deux réseaux n'ont pas été choisis au hasard, chacun des réseaux auront leurs cibles différentes.

Pourquoi Facebook ?

Facebook est majoritairement utilisé par les utilisateurs de plus de 35 ans contrairement aux autres concurrents (Instagram, X). Notre cible ayant comme âge moyen 51 ans, ce réseau est parfaitement adapté. Nous allons utiliser Facebook pour communiquer aux agriculteurs, le contenu sera donc légèrement différent de ceux postés sur LinkedIn.

Pourquoi LinkedIn ?

LinkedIn est un réseau social majoritairement utilisé par des entreprises. Il va donc permettre de créer des liens et de communiquer auprès des différents partenaires. Il va donc avoir un aspect beaucoup plus professionnel et va permettre d'avoir un réseau professionnel en plus de celui de Facebook.

Médias traditionnels

Pour ce qui est des médias traditionnels, les deux journaux choisis sont “Le Trégor” et “Ouest France”.

Le Trégor a été choisi pour transmettre les informations et faire connaître le projet à un public plus large. Ce journal est celui le plus répandu dans le territoire. Il était donc important pour nous d'utiliser ce média.

Ouest France, lui, va nous être utile dans l'évolution de la marque, car il va toucher un public plus grand et va permettre au projet de commencer à se faire connaître autre part qu'en Bretagne.

Conclusion

Ce document nous permet de comprendre et d'ainsi nous placer clairement sur le marché et de connaître notre cible. Pour ce qui est des recommandations, celle-ci vont pouvoir évoluer selon les envies du porteur de projet. Pareillement pour le site internet et propositions graphiques, tous ces livrables sont à l'état de première version. Ils vont être voués à changer et évoluer au fil des retours avec le porteur de projet.

Pour ce qui va être des nouvelles parties du projet à réaliser, nous nous sommes déjà réparties les tâches et sommes prêts à les réaliser.

Sources :

Environnement externe

Politique : <https://agriculture.gouv.fr/les-aides-des-regions> (FEADER)

Economique : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6043174#tableau-prix-agricoles-g1-fr>
(prix des céréales)

Social: RPG de LTC

Technologie : <https://www.latribune.fr/opinions/tribunes/les-innovations-digitales-vont-reinventer-l-agriculture-945547.html#:~:text=L'agriculture%20d'aujourd',Les%20t%C3%A2ches%20r%C3%A9p%C3%A9titives> (McKinsey).

Etude documentaire

Emplois agricole : LTC

Nombre d'exploitation : Agreste

surface agricole : LTC

type d'exploitant : LTC

type de surface agricole : Agreste

Age des exploitants : Agreste