

Panneau, packaging, site internet, ... : Comment bien communiquer sur son entreprise et ses produits ?

➤ Pourquoi communiquer ?

- ✓ Pour se faire connaître
- ✓ Pour faire connaître son métier, ses produits, son exploitation
- ✓ Pour mettre en avant ses atouts, ses spécificités
- ✓ Pour se démarquer des concurrents
- ✓ Pour développer ses ventes
- ✓ Pour montrer ce qui n'est pas visible sur les lieux de vente (élevage, production...) et donner quelques explications succinctes qu'il est difficile de donner à chaque client oralement
- ✓ ...

La vente de produits fermiers est une activité commerciale très spécifique. Pour autant, la concurrence existe et elle peut être forte sur certains produits ou gammes de produits. De ce fait, la communication est très importante pour conserver ses clients, ses parts de marché, ou en acquérir de nouvelles.

➤ Quels supports ?

Il existe plusieurs moyens de communiquer : la communication orale et la communication écrite.

Dans les deux cas, il est impératif de se poser plusieurs questions :

- Pourquoi je veux communiquer ? Quelles en sont les raisons ? (développer les ventes, se faire connaître, fidéliser les clients, ...)
- Auprès de qui ?
- Quel(s) messages je veux faire passer ?

Les réponses à ces questions permettent ensuite de définir où, quand et comment communiquer et quelles sont les informations à faire passer.

Au-delà des moyens oraux, il existe alors de nombreux moyens écrits.

Les panneaux

Le panneau peut s'utiliser sur différents lieux et pour différents objectifs. Voici quelques exemples :

- Sur une entrée d'exploitation, un panneau sert à habiller l'entrée, nommer le lieu, indiquer le chemin d'accès
- Sur un point de vente (stand de marché, magasin, drive, ...), il sert à habiller le point de vente, diffuser un message explicatif ou promotionnel, ...

Le contenu, la taille du panneau et le matériau dépendront de l'usage qu'on en fait, des lieux où il sera utilisé et de la distance depuis laquelle il doit pouvoir être lu.

Pour un panneau indiquant le chemin, il doit donc être suffisamment grand pour être lu depuis une voiture en marché et réalisé dans un matériau résistant aux intempéries.

A l'inverse, un panneau d'information destiné à habiller l'intérieur du stand pourra être de taille plus modeste, en fonction de la quantité d'information présente dessus, et réalisé dans un matériau moins résistant.

A noter : plusieurs collectivités ont mis en place une charte encadrant les signalétiques.

Ces chartes imposent donc souvent des tailles et des emplacements précis. Dans tous les cas, il est préférable de se renseigner auprès de la Mairie et de l'intercommunalité pour prendre connaissance des éventuelles contraintes.

Le packaging

Lorsqu'on achète un produit, la première chose que l'on voit c'est l'emballage. Selon le conditionnement, le produit est même parfois totalement invisible tant que l'emballage n'est pas retiré.

Aussi, celui-ci doit faire l'objet d'une attention particulière car il est à lui seul une part de la vitrine de votre travail.

De plus, le packaging peut aussi être un moyen de communiquer.

Au-delà des réglementations d'étiquetage en vigueur, des mentions peuvent être ajoutées afin de démarquer son produit des concurrents.

Le site internet

Aujourd'hui, les nouvelles technologies sont devenues quasiment incontournables. De nombreux producteurs ont ainsi créé leur site internet afin de se faire connaître, de pouvoir être contacté et de permettre aux clients de passer commande directement en ligne.

Pour cela, il existe aujourd'hui des applications qui permettent de créer son propre site et la chambre d'agriculture organise des formations spécifiques pour accompagner à la prise en main de ces applications.

Autrement, il est possible de s'orienter vers un prestataire privé qui pourra s'occuper de tout. En revanche, il faudra déboursier une somme importante, car il s'agit de mobiliser les services d'un spécialiste de l'informatique.

➤ Quel contenu ?

Comme dit précédemment, le contenu se définit par l'objectif et le public visé. L'information et la manière dont elle est illustrée représente votre entreprise. Le contenu doit donc être élaboré judicieusement et particulièrement soigné pour véhiculer une image positive et rassurante.

Les informations à représenter

Sur un support de communication, les informations qui y figurent dépendent de l'objectif pour lequel est réalisé le support. Néanmoins, certaines sont récurrentes voire indispensables.

De plus, toutes les informations qui y figurent n'ont pas toute la même importance. Dans ce cas, il est nécessaire de les prioriser afin de choisir par la suite une mise en forme qui guidera la lecture vers les informations les plus importantes.

Les informations prioritaires :

- Le nom de l'exploitation et celui de l'agriculteur
- La production (les familles de produits et éventuellement les produits d'appel)
- La commune et/ou la micro région (les petites communes sont parfois difficiles à situer) pour marquer l'appartenance locale.
- Un numéro de téléphone et/ou un site Internet ou un mail.
- Le mot agriculteur ou producteur fermier le cas échéant (ferme, fermier, producteur fermier...)

Les informations à ajouter en fonction du support et de son but :

- Mettre des légendes aux photos
- Des titres de paragraphe qui donnent l'information principale.
- L'alimentation des animaux.
- Les durées d'élevage
- La fabrication des produits
- L'origine et l'originalité des produits (recettes traditionnelles, familiales...), l'hygiène, le contenu (sans colorants, sans conservateurs...).

Ne dites pas seulement que vous faites des produits de qualité, prouvez-le !

- L'histoire de la ferme (producteurs de père en fils depuis...)

Les informations à représenter

Une fois les informations choisies, il s'agit de les rédiger.

Le texte doit être bref, précis et doit aller à l'essentiel.

Pour un support d'information, le vocabulaire utilisé doit être adapté au niveau de connaissance du lecteur. Les termes trop techniques sont donc à éviter sauf si l'objectif est de traiter d'un sujet très précis. Dans ce cas, les termes doivent être clairement définis. Il est important d'utiliser une police adaptée à la distance de lecture et de ne pas multiplier les polices. Multiplier les tailles de textes, les couleurs et autres mises en forme complexifie très vite la lecture, voire ne donne envie de lire.

L'idéal est de se tenir à une ou deux mises en forme différentes de texte, au maximum.

Enfin, attention aux fautes d'orthographe. Plus le texte est court, plus elles sont difficiles à repérer. Faites relire le texte à plusieurs personnes avant de l'imprimer sur un panneau ou un emballage.

Il faut aussi penser à la durée de vie du support de communication. Si vous souhaitez utiliser ce support pendant plusieurs années, il faut donc éviter d'y inscrire des informations qui seront obsolètes l'année suivante comme des données chiffrées sur l'exploitation.

Les illustrations et autres ornements

La plupart des supports de communications sont destinées à être lus très vite. Mieux vaut donc privilégier une bonne illustration plutôt qu'un long texte.

Dans tous les cas, les illustrations attirent l'œil et rendent la lecture agréable.

En revanche, celles-ci doivent être judicieusement choisies, qu'il s'agisse d'une photo, d'un dessin ou d'un simple trait. En

effet, chaque illustration ou ornement doit avoir un objectif, sinon elle est inutile et alourdit le support : Une photo peut véhiculer un message tandis qu'un trait peut guider la lecture du support.

Voici quelques conseils pour une photo réussie :

- ✓ Prendre le temps de définir l'objectif de la photo, le message qu'elle doit véhiculer.
- ✓ Utiliser un appareil de qualité (les photos de mauvaises qualité ne donnent pas une image professionnelle et rendent la lecture désagréable), en particulier si la photo est destinée à une impression en grand format
- ✓ Choisir une prise de vue qui offre plusieurs plans avec notamment un premier plan très proche. Ceci donnera de la profondeur à l'image et donc du dynamisme.



- ✓ De même, il est intéressant de se servir des éléments rectilignes comme une route, une clôture, un bord de table, des rangs de culture, ... qui créent de la perspective et donc à nouveau de la profondeur.



Lignes de fuite

- ✓ Vérifier la mise au point pour avoir une netteté optimale. Si la prise de vue comporte plusieurs plans, il est possible de faire la mise au point sur le plan principale et de rendre flou les autres ce qui permet de faire ressortir l'élément principal sur la photo.



- ✓ Attention aux photos d'aliments ! Ces photos apportent une réelle plus-value mais sont très complexes à réaliser si l'on souhaite qu'elles soient appétissantes.



Pour maîtriser l'art de la photographie et ainsi l'exploiter au mieux pour communiquer, orientez-vous vers la Chambre d'Agriculture de la Loire qui organise régulièrement des formations sur ce thème.

Les logos

Il peut être judicieux, nécessaire, voire obligatoire de faire figurer des logos sur les supports de communication.

Tout d'abord, il y a le logo de l'entreprise. En effet, pour se faire connaître et être connu un logo peut être un atout essentiel. Grâce à lui, le grand public identifie facilement l'entreprise. Pour sa création, il est préférable de faire appel à un professionnel.

Il y a également les logos qui certifient l'appartenance de l'exploitation à un signe de qualité, une démarche particulière, ... : AB, AOP, Comité de développement des produits fermiers, Label Rouge, Bienvenue à la ferme, ...

Enfin, il peut y avoir les logos des financeurs. En effet, si la création et/ou l'édition des supports de communication ont fait l'objet de subventions, il est demandé que les logos de ces financeurs figurent sur les supports. Chaque financeur dispose de sa charte graphique et sa déclinaison de logos ; pour obtenir celui qui convient, prenez contact avec lui.

La mise en page graphique

Une fois que le texte est rédigé et que les illustrations sont prêtes, il s'agit maintenant de les réunir sur un support commun de façon harmonieuse.

Aujourd'hui, il existe de nombreuses applications permettant de réaliser des mises en page et propose même des modèles.

Il est donc possible de s'organiser seul ou bien de solliciter un prestataire.

Si le projet est de réaliser plusieurs supports différents (panneau, emballage, ...), il est judicieux de conserver la même charte

graphique. En plus de gagner du temps et de l'argent au moment de la conception, garder un style commun permet surtout de créer une image commune de votre entreprise et de permettra au grand public de vous identifier facilement.

**Vous souhaitez un avis sur un projet ?
Vous souhaitez connaître les formations
sur la commercialisation
et la communication organisées
régulièrement
par la Chambre d'Agriculture de la Loire ?
Contactez le conseiller commercialisation
de la Chambre d'Agriculture de la Loire**

Panneau, packaging, site internet, ... : Comment bien communiquer sur son entreprise et ses produits ?

Dernière mise à jour : 2018

▼ Contact

Eléa Moimeaux

Chambre d'agriculture de la Loire

43 avenue Raimond –BP 40050

42272 SAINT-PRIEST-EN-JAREZ CEDEX

Tél 04 77 92 12 12 – elea.moimeaux@loire.chambagri.fr