

Notice d'utilisation

Stratégie et outils de communication

Campagne

« Ensemble, semons la confiance et récoltons l'avenir »



Ensemble, semons la
confiance et récoltons l'avenir

Elections des délégués 2025

Table des matières

I- Introduction

- a. Contexte national et local
- b. Les objectifs de la campagne de communication en amont des élections professionnelles
- c. Déclinaison de la campagne de communication

II- Les cibles de la campagne de communication

- a. Les syndicats et partenaires
- b. Les agriculteurs, particulièrement les jeunes agriculteurs
- c. Déclinaison de la campagne de communication

III- Les livrables

- a. Premier livrable : Infographie
- b. Deuxième livrable : le jeu de cartes “ 7 Familles”
- c. Suggestion de livrable supplémentaire : Kit Réseaux Sociaux
- d. Récapitulatif des destinataires des livrables réalisés ou suggérés

IV- Réalisation

- a. Séquençage
- b. Estimation de budget
- c. Evaluation et perspectives

Annexes

I- Introduction

a. Contexte national et local

Le début de l'année 2024 a été marqué par une crise des agriculteurs qui s'est traduite par une forte contestation du monde agricole envers le système de solidarité nationale, notamment envers leur affiliation au régime de la Mutualité Sociale Agricole (MSA) avec le sentiment de payer des cotisations élevées sans bénéficier d'une protection sociale de qualité. C'est dans ce contexte social délicat que la MSA Picardie doit organiser les élections des délégués en mai 2025.

Rappel :

La gouvernance de la MSA se caractérise par la place accordée aux administrateurs et à la démocratie sociale auprès de ses adhérents.

Trois collèges d'électeurs participent aux élections professionnelles :

- Le premier : le collège des chefs d'exploitations et assimilés ;
- Le deuxième : le collège des salariés agricoles ;
- Le troisième : le collège des employeurs de main-d'œuvre agricole.

En 2020, le taux de participation s'élevait, pour la Picardie, à près de 32% (ce taux est plus élevé que le taux national qui était de 26%). Toutefois, la participation est en diminution depuis au moins les deux dernières élections professionnelles.

Dans ce contexte, **la MSA Picardie nous a commandé une infographie présentant les chiffres clés et cassant les idées reçues sur le régime social agricole** dans le but de renforcer l'adhésion des assurés envers leur régime social.

b. Les objectifs de la campagne de communication en amont des élections professionnelles

L'objectif principal de cette campagne est de rétablir la confiance et l'attachement des agriculteurs en légitimant la MSA afin notamment de préparer un terrain favorable aux élections à venir. Il s'agit de démontrer son rôle essentiel dans la vie quotidienne des agriculteurs, son ancrage local et sa proximité avec les réalités du territoire picard. Il ne s'agit donc pas d'une plaquette de présentation de l'offre de services de la MSA Picardie mais bien de sélectionner des données pertinentes pour démontrer l'action de la MSA.

Pour cela, des sous-objectifs sont plus particulièrement définis :

- Déconstruire les idées reçues sur la MSA à travers six thématiques clés, afin de corriger les perceptions négatives et de clarifier le rôle de la MSA ;
- Impliquer les jeunes générations d'agriculteurs et particulièrement les familles dans la vie de la MSA, en leur montrant l'importance de leur engagement pour l'avenir de la protection sociale agricole ;
- Informer sur les élections des délégués de la MSA, en soulignant l'importance de la participation démocratique pour assurer une représentation fidèle des intérêts des agriculteurs picards, susciter de l'intérêt, et assurer la continuité de la particularité de la gouvernance du régime agricole.

c. Déclinaison de la campagne de communication

La réponse à la commande est proposée sous la forme d'une campagne de communication globale qui s'inscrit autour d'une identité visuelle propre.

Le slogan

Le slogan « Ensemble, semons la confiance et récoltons l'avenir » est une métaphore agricole qui porte un message fort de collaboration, de confiance, et de vision pour le futur.

« Ensemble » :

Ce mot met l'accent sur l'importance de l'unité et de la collaboration. Il souligne que les défis et les opportunités auxquels font face les membres de la communauté agricole doivent être abordés collectivement. Le succès dépend de la capacité des individus et de la MSA à travailler ensemble, à unir leurs forces et leurs ressources.

« Semons la confiance » :

Semer est une métaphore issue du monde agricole, où l'on plante des graines dans l'espoir qu'elles poussent et produisent une récolte. Dans ce contexte, semer la confiance signifie établir une base solide de respect, de fiabilité, et de bonne foi entre les parties prenantes. La confiance est ici vue comme une graine essentielle pour la croissance et le succès à long terme.

« Récoltons l'avenir » :

Récolter l'avenir se réfère à l'idée que les actions positives menées ensemble et la confiance mutuelle auront des résultats bénéfiques dans le futur. Tout comme les agriculteurs récoltent ce qu'ils ont semé, l'idée est que les efforts investis dans le présent porteront leurs fruits dans l'avenir. Cette partie du slogan est une invitation à regarder vers l'avenir avec optimisme, qu'il s'agisse de relations professionnelles, de projets communs, ou d'initiatives collectives avec la volonté de dépasser le contexte de crise actuelle.

Le logo temporaire « MSA Picardie et vous »



**Ensemble, semons la
confiance et récoltons l'avenir**

Elections des délégués 2025

La création d'une image de marque « MSA Picardie et vous » vise à renforcer la visibilité et l'identité de la MSA Picardie auprès de ses adhérents et du grand public. Bien que ce logo temporaire s'inspire largement du logo MSA classique afin de conserver l'identité visuelle connue, l'ajout des locutions "Picardie" et "et vous", permet de faire le lien avec le territoire et l'ensemble de ses acteurs. C'est également un moyen de s'assurer que l'institution soit bien identifiée grâce à cette campagne. Il serait en effet dommageable que le relai par des partenaires invisibilise la MSA Picardie.

Une communication pour lever les idées reçues sur la MSA

La campagne se structure en six thématiques clés abordées au travers des idées reçues et des grandes préoccupations des agriculteurs. Chaque thématique est développée sous forme d'une infographie avec des messages simples, clairs et factuels afin de renforcer le rôle essentiel et les missions de la MSA auprès de ses publics.

Les 6 thématiques sont les suivantes :

- Vieillesse ;
- Santé / ATMP / Handicap ;
- Famille / Démographie ;
- Action sociale / Proximité ;
- Financement ;
- Gouvernance / Démocratie.

Une communication multi-cibles et multicanale

Plusieurs supports et canaux de communication sont mobilisés en **alliant papier et numérique afin de toucher l'ensemble de nos cibles aux attentes diverses**, comme développé par la suite.

II- Les cibles de la campagne de communication

a. Les syndicats et partenaires

Les syndicats agricoles sont les principaux interlocuteurs de la MSA. Les partenaires locaux jouent également un rôle crucial dans la diffusion des messages de la campagne, citons en exemple les collectivités territoriales, la chambre d'agriculture, le crédit agricole etc. **Ils sont des relais d'opinion essentiels** et peuvent aider à diffuser les messages d'importance du régime agricole au cours de différentes manifestations ou dans leur communication digitale.

b. Les agriculteurs, particulièrement les jeunes agriculteurs

Le cœur de cible de la campagne sont les agriculteurs picards, avec une attention particulière portée aux jeunes agriculteurs, qui représentent l'avenir du secteur et qui sont par ailleurs les plus sceptiques quant au système de solidarité nationale.

c. Générations futures

La campagne vise également à impliquer les jeunes générations pour préparer et assurer l'avenir de la MSA en les sensibilisant, dès le plus jeune âge, à l'importance du système de sécurité sociale agricole. En les informant sur les services, la protection sociale, et les avantages offerts par la MSA, cette initiative cherche à renforcer leur adhésion et à assurer une transition intergénérationnelle harmonieuse, indispensable à la continuité et à la vitalité du secteur agricole.

III- Les livrables

a. Premier livrable : Infographies

Description

L'infographie présente les six thématiques clés de la campagne, elle est déclinée en deux versions dans une logique multicanale.

La version en ligne centralise toutes les données pertinentes dans un espace unique, facilitant ainsi l'accès et le partage d'informations pour les campagnes de communication des syndicats, les interactions avec les partenaires de la MSA et les actions des administrateurs. Elle est pensée comme interactive et accessible depuis le site internet de la MSA Picardie grâce à une page dédiée. La version en ligne offrira un système de Popup apparaissant à l'ouverture de la page du site internet pour afficher un rappel du compte à rebours du calendrier en vue des élections professionnelles et des informations essentielles sur le rôle et les missions de la MSA.

A partir de la page dédiée sur le site MSA, l'internaute a accès à :

- un bandeau d'actualité relayant les dernières publications de la MSA ou de ses partenaires relatives à la campagne sur les réseaux sociaux ;
- une infographie générale, présentant une information par thématique et fonctionnant comme une porte d'entrée vers les infographies thématiques ;
- 6 infographies thématiques ;
- 2 outils téléchargeables : le calendrier/infographie et le jeu de 7 familles



Au-delà des données déjà proposées, la MSA Picardie pourrait enrichir chacun des contenus en lien avec l'actualité de la MSA (événements, ...) et des témoignages (photos, vidéos...) afin d'incarner ce message. Par exemple, pour la rubrique "gouvernance et démocratie", en faisant intervenir un élu. De plus, de nouvelles données pourraient alimenter l'infographie, que ce soit pour une actualisation ou une plus grande exhaustivité des informations présentées.

La version papier est un calendrier pré-élection accompagné de quelques chiffres clés. Elle est conçue comme une porte d'entrée afin d'inciter les adhérents à approfondir les ressources disponibles en ligne. Au verso, elle est un rappel pratique des échéances électorales, tout en étant un objet du quotidien pouvant être envoyé par courrier et distribué lors d'événements. Elle permet en outre de montrer la présence de la MSA au plus près des adhérents.

Le support présente, au recto, une sélection d'infos/intox parmi les différentes informations disponibles sur l'infographie en ligne et, au verso, un calendrier courant de novembre 2024 (mois de lancement de la campagne de communication) à mai 2025 (mois des élections) avec les échéances importantes de la campagne électorale. Le support intègre également un QR code renvoyant vers la version en ligne pour encourager les agriculteurs à consulter les contenus numériques.



Diffusion

L'infographie en ligne est hébergée par une page du site internet de la MSA Picardie. Un QR code vers cette page est intégré à la version papier de l'infographie, dans les articles pertinents de la MSA Picardie ou des partenaires et syndicats ainsi que dans les publications sur les réseaux sociaux (*développé ci-dessous avec le kit réseaux sociaux*).

L'infographie papier est à mettre à disposition au sein des accueils des agences, par les stands tenus par la MSA Picardie dans les manifestations locales ainsi que dans le kit de communication adressé aux partenaires de la MSA Picardie. **Par ailleurs, l'infographie papier est intégrée dans un courrier** adressé à chacun des adhérents dans le cadre de l'information institutionnelle sur les élections. Enfin, en interne, les administrateurs et les agents de la MSA Picardie pourraient être destinataires de celle-ci.

b. Deuxième livrable : le jeu de cartes “ 7 Familles”

Description

Le jeu des familles a été pensé comme un support ludique qui, tout en offrant un moment familial, permet aux parents d'accéder à des informations pertinentes sur la MSA et de lever des idées reçues. En passant par le jeu, la MSA parvient à créer un contexte détendu et convivial où les parents et les enfants peuvent découvrir des informations cruciales sans se sentir submergés par des messages institutionnels. L'objectif complémentaire est de susciter leur intérêt pour l'infographie en ligne, en particulier chez notre cible principale des jeunes agriculteurs, en les engageant de manière naturelle et détournée.

Chaque carte du jeu représente l'une des six thématiques, avec des illustrations et des informations simples : au recto, le personnage et une idée reçue ; au verso, l'information. Chaque personnage (grands-parents, parents, enfant et animal) est associé à un des six thèmes. Les 7 familles choisies ont été pensées pour représenter la diversité des acteurs concernés (6 types d'agriculteurs et 1 famille représentant les opérateurs et partenaires - MSA, Crédit agricole, Groupama ...).



Apports dans le Cadre des Futures Élections Professionnelles

1. **Sensibilisation et information** : Le jeu permet de faire passer des messages clés sur les services et l'importance de la MSA de manière non intrusive. En découvrant ces informations dans un cadre détendu, les agriculteurs sont plus enclins à les intégrer et à reconnaître la valeur ajoutée de la MSA.
2. **Renforcement de l'engagement** : En engageant les familles, et plus spécifiquement les jeunes agriculteurs, le jeu contribue à renforcer leur sentiment d'appartenance à la communauté MSA. Ce sentiment est crucial pour mobiliser les électeurs lors des élections professionnelles, car les individus sont plus susceptibles de voter s'ils se sentent personnellement concernés et informés.

3. **Déconstruction des idées reçues** : Les idées reçues et les malentendus autour du rôle de la MSA peuvent souvent décourager la participation aux élections. En utilisant le jeu pour défaire ces idées fausses, la MSA aide à clarifier son rôle et ses missions, ce qui peut encourager une participation plus active et informée lors des élections.
4. **Promotion des valeurs de la MSA** : En associant chaque personnage du jeu à un thème précis, la MSA peut mettre en avant les valeurs qui lui sont chères, telles que la solidarité, l'entraide, et la protection sociale. Ces valeurs, une fois intégrées par les joueurs, peuvent les inciter à soutenir plus activement la MSA, notamment en participant aux élections.
5. **Création d'un lien intergénérationnel** : Le jeu, qui inclut des personnages de différentes générations, peut aider à créer un lien entre les anciens et les jeunes agriculteurs. En sensibilisant toute la famille, il favorise une transmission intergénérationnelle des connaissances et de l'importance du système MSA, ce qui est crucial pour le renouvellement et la continuité de l'engagement lors des élections professionnelles.

Diffusion

Ce jeu sera distribué lors des événements MSA ou partenaires mais aussi mis à disposition dans les agences de la MSA, et proposé en version imprimable sur le site web.

c. Suggestion de livrable supplémentaire : Kit Réseaux Sociaux

Un kit complet pour les réseaux sociaux pourrait être développé par la MSA à destination tant des syndicats et des partenaires de la MSA que du service communication de la MSA Picardie. Non réalisé à ce stade, il pourrait contenir :

- La notice explicative de la campagne globale ;
- Un guide d'utilisation "réseaux sociaux" (reprenant le calendrier de la campagne digitale avec une date de lancement commune notamment ; la charte graphique, le logo MSA temporaire), insistant sur l'importance de l'identification de la MSA Picardie et de l'hashtag créé à partir du logo #MSAPicardieetvous ;
- Les données brutes disponibles dans l'infographie en ligne et pouvant être librement réutilisées par les relais de la MSA Picardie ;
- Le contenu supplémentaire éventuellement créé (capsules vidéo avec des témoignages...).

La MSA pourrait également prendre contact avec des influenceurs ayant une audience importante auprès des agriculteurs et/ou des habitants du territoire pour relayer cette campagne ou certaines de ses informations phares.

d. Récapitulatif des destinataires des livrables réalisés ou suggérés

Le tableau ci-dessous rappelle à qui nos différents livrables seraient envoyés, et non les cibles que ces outils doivent permettre de toucher.

Livrables	Syndicats et partenaires	MSA (agents, service communication, CA ...)	Agriculteurs	Jeunes générations
Infographie (version en ligne, version papier/calendrier)	X	X	X	
Kit Réseau Sociaux (visuels idées reçues, vidéos, hashtag...)	X	X		
Jeu de 7 familles (version imprimée et version imprimable)	X	X	X	X
	= Kit de communication complet	= Kit de communication complet		

IV- Réalisation

a. Séquençage

- Fin août / début septembre 2024 : Validation et réalisation

- Présentation des livrables aux instances de la MSA Picardie pour validation ;
- Envoi de la campagne à la CCMSA pour information et relai éventuel ;
- Finalisation de la production des livrables :
 - Eventuellement adaptation de la charte graphique ;
 - Impression des documents infographie/calendrier ;
 - Impression du jeu de 7 familles ;
 - Réalisation du kit réseaux sociaux (réalisation de capsules vidéo éventuellement, réalisation de posts clés en mains avec les données issues de l'infographie...).

- **Mi-septembre / fin octobre 2024 : Présentation de la campagne**
 - o Présentation de la campagne aux syndicats lors des réunions déjà programmées en septembre avec le Codir de la MSA Picardie ;
 - o Présentation de la campagne aux autres partenaires ainsi qu'au réseau d'agences via un webinaire en octobre. A l'issue de ce rendez-vous, envoi mailing du lien replay et du kit de communication complet dans sa version dématérialisée ;
 - o En octobre, envoi des versions papiers des livrables aux partenaires et au réseau (jeu et infographie / calendrier) ;
 - o Ouverture de la page dédiée sur le site MSA Picardie.

- **Novembre 2024 : Lancement de la campagne et diffusion des livrables**
 - o 4 novembre : Lancement de la campagne sur les réseaux sociaux côté MSA et du côté des partenaires/syndicats ;
 - o Envoi d'un courrier à l'ensemble des adhérents, comprenant :
 - Un courrier avec un mot du président et/ou de la directrice pour lancer et expliquer la campagne ainsi que les liens (adresse mail et QR Code) permettant d'accéder aux outils ;
 - La version papier de l'infographie accompagnée d'un calendrier pré-élection ;
 - Une information complémentaire, propre aux élections (rappel du calendrier, du rôle des délégués ...).
 - o Installation des livrables papier dans les points d'accueil MSA et dans les stands MSA (foires, salons...);
 - o Diffusion des livrables papier par les partenaires ;
 - o En parallèle, instaurer une campagne de diffusion de SMS auprès des différentes cibles de la campagne afin d'effectuer des rappels sur le calendrier conduisant jusqu'aux élections (informations essentielles, chiffres clés...).

Le choix des chiffres sur les différents supports a été réalisé dans un temps contraint. Certains chiffres ou certaines données sont à préciser afin d'être plus pertinents pour les messages que la MSA Picardie souhaite faire passer. Il est à prévoir un temps de recherche, de comparaison et d'actualisation de certaines données.

b. Estimation de budget (hors RH à disposition)

Frais d'impression

a) Jeu des 7 familles

- **Nombre de cartes** : 42 cartes recto/verso en couleurs
- **Coût d'impression par jeu (pour une commande moyenne de 1000 jeux)** : Environ 3 à 5 € par jeu
- **Coût total** : 3 000 à 5 000 € (pour 1000 jeux)

b) Affiche (recto infographie / verso calendrier)

- **Format** : A3 (29,7 x 42 cm) ou A2 (42 x 59,4 cm), en couleurs
- **Coût d'impression par affiche (pour une commande de 1000 exemplaires)** : Environ 1 à 2 € par affiche
- **Coût total** : 1 000 à 2 000 € (pour 1000 affiches)

c) Courrier Président/DG

- **Format** : A4 recto, en couleurs
- **Coût d'impression par courrier** : Environ 0,10 à 0,20 € par exemplaire
- **Coût total** : 1 000 à 2 000 € (pour 10 000 courriers)

Frais d'envoi

a) Envoi des livrables papier aux partenaires

- **Coût d'envoi par colis** : Environ 5 à 10 € (selon le poids)
- **Coût total** : 500 à 1 000 €

b) Envoi des livrables au réseau MSA Picardie

- **Coût d'envoi par colis** : Environ 5 à 10 € (selon le poids)
- **Coût total** : 250 à 500 €

c) Envoi des courriers aux adhérents

- **Coût d'envoi par courrier** : Environ 0,80 à 1,20 € (timbre + enveloppe)
- **Coût total** : 8 000 à 12 000 € (pour 10 000 courriers)

Total estimé

- **Frais d'impression** : 5 000 à 9 000 €
- **Frais d'envoi** : 8 750 à 13 500 €
- **Budget global estimé : 13 750 à 22 500 €**

Ces chiffres sont des estimations générales. Le coût final dépendra des quantités exactes, des fournisseurs choisis, et des tarifs négociés.

c. Evaluation et perspectives

Evaluation

Il est primordial de prévoir l'évaluation de l'impact de cette campagne d'ampleur. Pour cela, des indicateurs directs et indirects de réussite sont définis. Ils pourraient être complétés et mis en relation avec les indicateurs COG/CPG.

Indicateurs directs :

- **Statistiques de la campagne digitale** : le succès de la campagne serait mesuré par le nombre de visites sur la page dédiée sur le site de la MSA Picardie et par les interactions sur les réseaux sociaux (likes, partages, commentaires) ;
- **Statistiques sur la campagne de SMS** : le succès de la campagne peut aussi être mesuré par le nombre de sms lus et par le volume de consultation des liens ... ;
- **Enquête de satisfaction** : Les retours des agriculteurs seraient recueillis, grâce à une enquête de satisfaction, afin d'évaluer la perception de la campagne et son impact sur la confiance envers la MSA.
- **Participation aux élections** : Un indicateur clé sera l'augmentation du taux de participation aux élections des administrateurs de la MSA par rapport aux élections précédentes.

Indicateurs indirects :

- **Nombre de candidatures reçues**
- **Taux de participation aux élections**

Même si ces indicateurs sont dépendants de nombreux autres facteurs, il serait intéressant d'essayer d'observer si la campagne participe à leur dynamisation ou non.

Perspectives

Même si cette campagne est bornée aux élections 2025, **l'ensemble des livrables produit est pensé pour pouvoir être réutilisé au-delà.**

Ainsi, à court terme, les livrables pourront être intégrés à un éventuel kit d'accueil / de formation des nouveaux délégués élus et des nouveaux agents MSA ou aux éventuels kits de présentation de la MSA transmis aux partenaires.

A moyen et long terme, si l'évaluation confirme le succès de cette campagne, la philosophie, le marketing et les livrables développés à cette occasion pourraient être réutilisés, notamment dans l'élaboration d'un prochain projet d'entreprise et en vue du déploiement de la future de la MSA en 2025.

Annexes :

Lien

Lien site de la MSA Picardie : <https://picardie.msa.fr/lfp/web/msa-picardie/accueil>

Bibliographie

Agreste, Memento 2022 Hauts de France, mars 2023 (https://draaf.hauts-de-france.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/memento2022-version-internet-compressé-mars2023_.pdf)

Caisse centrale de la MSA, Rapport d'activité 2023 (<https://picardie.msa.fr/lfp/documents/11566/82466739/Rapport+d%27activit%C3%A9+MSA+2023.pdf/5e28743c-cf6f-6625-db26-e96b9f92a70b?t=1719318966785>)

Chambres d'agriculture des Hauts-de-France, PAIT : s'installer et transmettre en agriculture, septembre 2022 (https://hautsdefrance.chambre-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/National/FAL_commun/publications/Hauts-de-France/Observatoire-installations-aidees-HDF.pdf)

Cour des comptes, Rapport public thématique : La mutualité sociale agricole, mai 2020

INSEE, Transformations de l'agriculture et des consommations alimentaires, 27/02/2024 (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/7728901?sommaire=7728903>)

La retraite en clair, Les retraites des agriculteurs : ce que les dernières réformes ont changé, consulté le 19/08/2024 (<https://www.la-retraite-en-clair.fr/parcours-professionnel-regimes-retraite/retraite-agriculteurs/retraites-agriculteurs-dernieres-reformes-ont-change>)

MSA Picardie, Rapport d'activité 2023 (<https://picardie.msa.fr/lfp/documents/98875/391772773/Rapport+d%27activit%C3%A9+2023.pdf>)

MSA, Vie Mutualiste, Le guide de l'administrateur, 2010

MSA, Exercer mon mandat de délégué, Mandat 2020-2025, Juillet 2025

Statistiques.Msa.fr : <https://statistiques.msa.fr/>

Equipe projet

- Maxime JACQUIER
- Alois VANDEVELDE CORBEAUX
- Aurélie CHAPELLE
- Célia CAUQUIL TELLECHEA
- Fabien LOZIER
- Flavie NAFTEUR
- Gwenaëlle LOUBET
- Louise KIES
- Nadia TINDILIERE