

Evaluations d'actions menées au sein des services diversification Hauts-de-France

Introduction générale aux évaluations

La diversification agricole constitue un levier stratégique majeur pour renforcer la résilience économique des exploitations agricoles des Hauts-de-France, répondre aux attentes sociétales et accompagner les transitions en cours (économiques, environnementales et alimentaires). Dans ce contexte, les Chambres d'agriculture des Hauts-de-France déploient, avec le soutien financier de la Région Hauts-de-France, et du PRDAR, un ensemble d'actions complémentaires destinées à informer, orienter et accompagner les porteurs de projets de diversification.

Après plusieurs années de mise en place des actions, et dans un contexte où il est nécessaire d'engager une démarche globale d'évaluation des actions financées, il est apparu pertinent de conduire une première évaluation sur 3 actions, afin d'en analyser l'utilité, la portée et la valeur ajoutée au regard des objectifs poursuivis :

- *Rendez-vous pro de la Diversification*
- *PID, Point Info Diversification*
- *Valorisons ! L'essentiel de la diversification*

Evaluation 2025

Rendez-Vous PRO en Hauts-de-France

Contexte et objectifs de l'évaluation

Afin d'évaluer l'intérêt et l'impact des Rendez-vous Pro proposés par les Chambres d'agriculture des Hauts-de-France, un questionnaire a été envoyé au cours de l'année 2025 aux participants de ces rendez-vous (75 participants).

Une analyse de l'historique a également été réalisée.

Méthodologie de l'enquête

Un questionnaire « à chaud » a été envoyé dès la fin de chaque séance, un autre « à froid » a été envoyé quelques mois plus tard (donc seulement aux participants du programme du printemps 2025).

Résultats de l'enquête

21 réponses au questionnaire ont été obtenues pour le questionnaire « à chaud » (28%) et une seule sur le questionnaire « à froid » (donc non exploitable).

Pour mémoire, depuis 2021, 72 Rendez-vous Pro ont été organisés avec 691 participants.

A. Résultats du questionnaire A chaud :

- Profil des répondants :

86% des répondants sont agriculteurs.trices

14% sont des jeunes agriculteurs.trices

48% ont déjà une activité de diversification

- Satisfaction :

Pour 95% des répondants le contenu du rdv pro a répondu à leurs attentes. Pour 1 personne, il a manqué du temps pour échanger

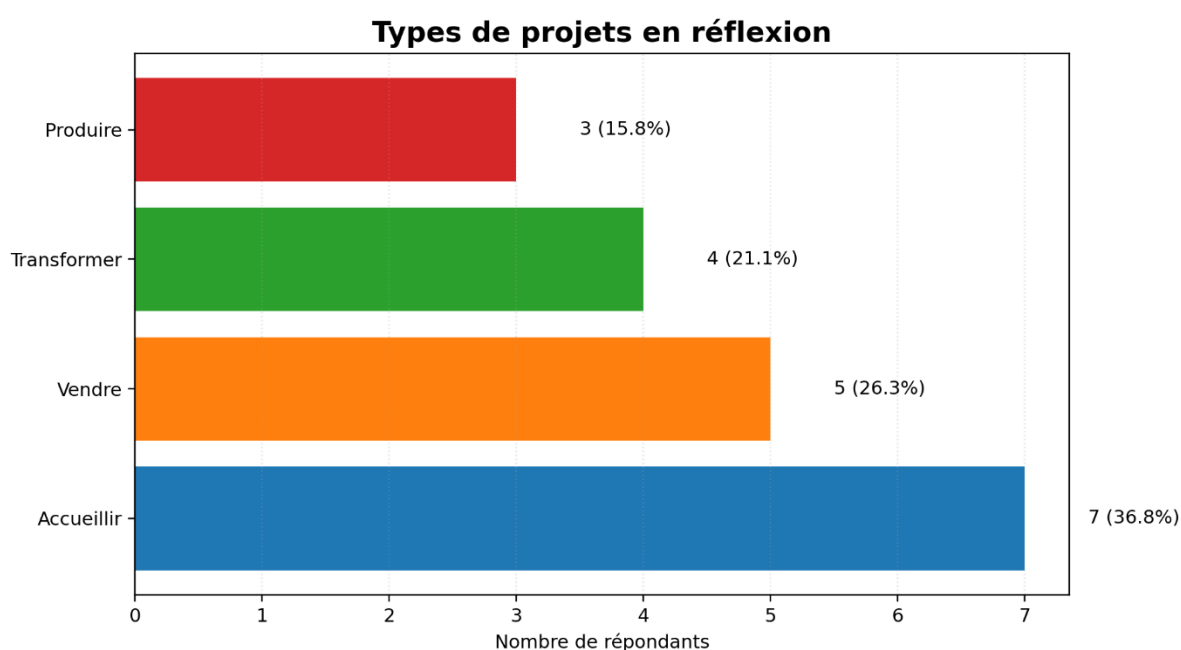
28% ont besoin d'informations complémentaires

Les répondants n'ont pas formulé de remarques sur le format employé.

Suites attendues :

- + 34% formation
- + 9% rdv individuel en présentiel
- + 9% réflexion interne
- + 5% aide ponctuelle si besoin
- + 5% un rdv pro supplémentaire
- + 38% aucune

- Sur quelles thématiques porte leur réflexion :

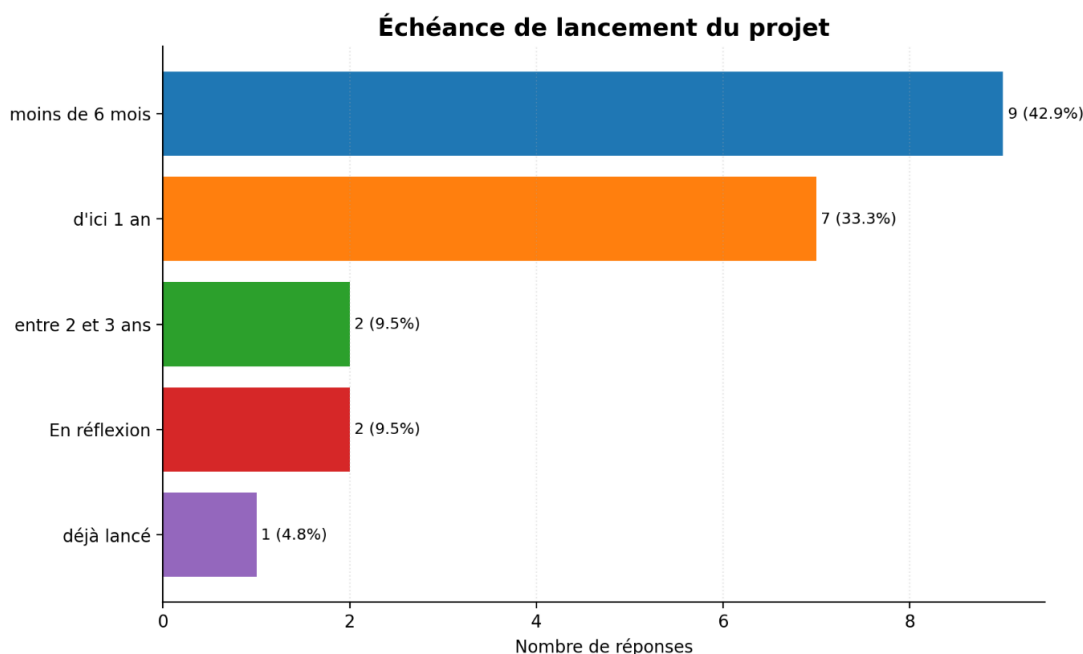


Détail :

Thème	Nombre	Exemples (extraits)
Accueil à la ferme / pédagogie	5	Accueil de scolaires ferme pédagogique ; Accueil du public ; Anniversaires
Photovoltaïque / énergie	4	Photovoltaïque pour diversification puis complément de retraite ; Panneaux solaires tracker/toiture/ombrière : bâtiments d'élevage type hangars (bovins et ovins) + création atelier poules code 1 ; Panneau photovoltaïque
Logistique / outil / optimisation	3	Logistique ; Optimiser les coûts logistiques ; Logistique
Productions végétales / arboriculture	3	atelier fruits bio: Problématique de la vente ; Noix ; Vin, Haricot
Transformation laitière / produits fermiers	3	Fabrication de yaourts ; Production de mozzarella

Vente directe / commercialisation	1	atelier fruits bio: Problématique de la vente
Hébergement / tourisme	1	
Bienvenue à la ferme	1	

- Echéance du lancement du projet :



- Le RDV Pro a apporté :

Apport	Occur- rences	Exemples (extraits)
Outils / méthodes	6	un outil de gestion de temps et de moyens ; Je ne connaissais pas l'outil, très clair ; Maîtrise du logiciel
Connaissance / clarification	5	connaissance de cette solution au cas où on souhaite changer ; Meilleure connaissance ; Précisions sur l'accompagnement et la rentabilité
Conseils / expertise	3	Des conseils précieux ; conseils de personnes qualifiées ; Des réponses qui nous permettent de mieux savoir ce que l'on peut faire.
Relance / inspiration	3	Un contact avec l'Arvd pour avancer dans notre projet et visiter un atelier pour "se faire une idée" ; Le fait de relancer un questionnaire qui avait été abandonné deux ans auparavant ; Des réponses qui nous permettent de mieux savoir ce que l'on peut faire.
Réseau / contacts	2	Un contact avec l'Arvd pour avancer dans notre projet et visiter un atelier pour "se faire une idée" ; Précisions sur l'accompagnement et la rentabilité

Résultat du questionnaire A froid : Nombre de réponses non significatives : 4

- Conclusion :

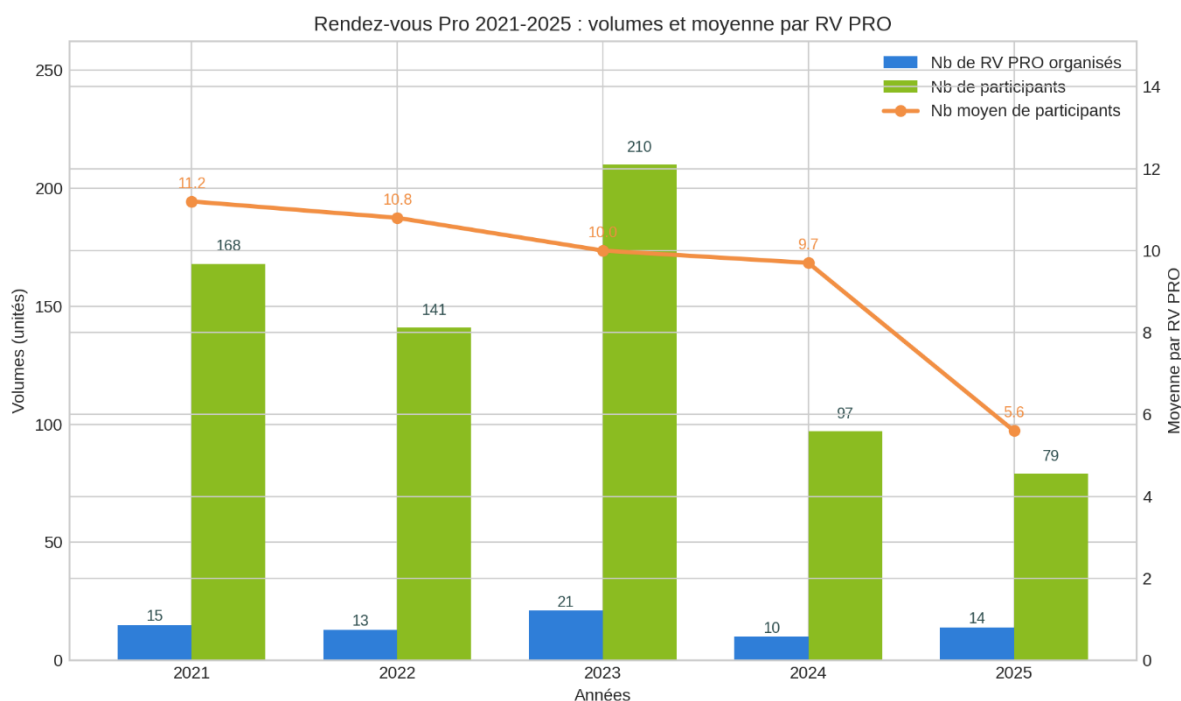
L'offre « Rendez-vous pro » est utile et orientée activités. L'appétence pour l'accueil à la ferme, la vente et la transformation est forte ; des formations et des accompagnements ciblés pourraient apporter un plus et faciliter le passage à la concrétisation.

Résumé

La participation globale présente des pics marqués sur certains thèmes à forte valeur pratique (ex. communication, étiquetage, circuits courts, accueil scolaire), tandis que d'autres sujets plus spécifiques attirent peu de participants. La satisfaction exprimée est très élevée (95%), et 34% des répondants souhaitent une formation pour aller plus loin, avec 28% demandant des informations complémentaires.

B. Historique des Rendez-vous pro:

- Evolution de la participation :



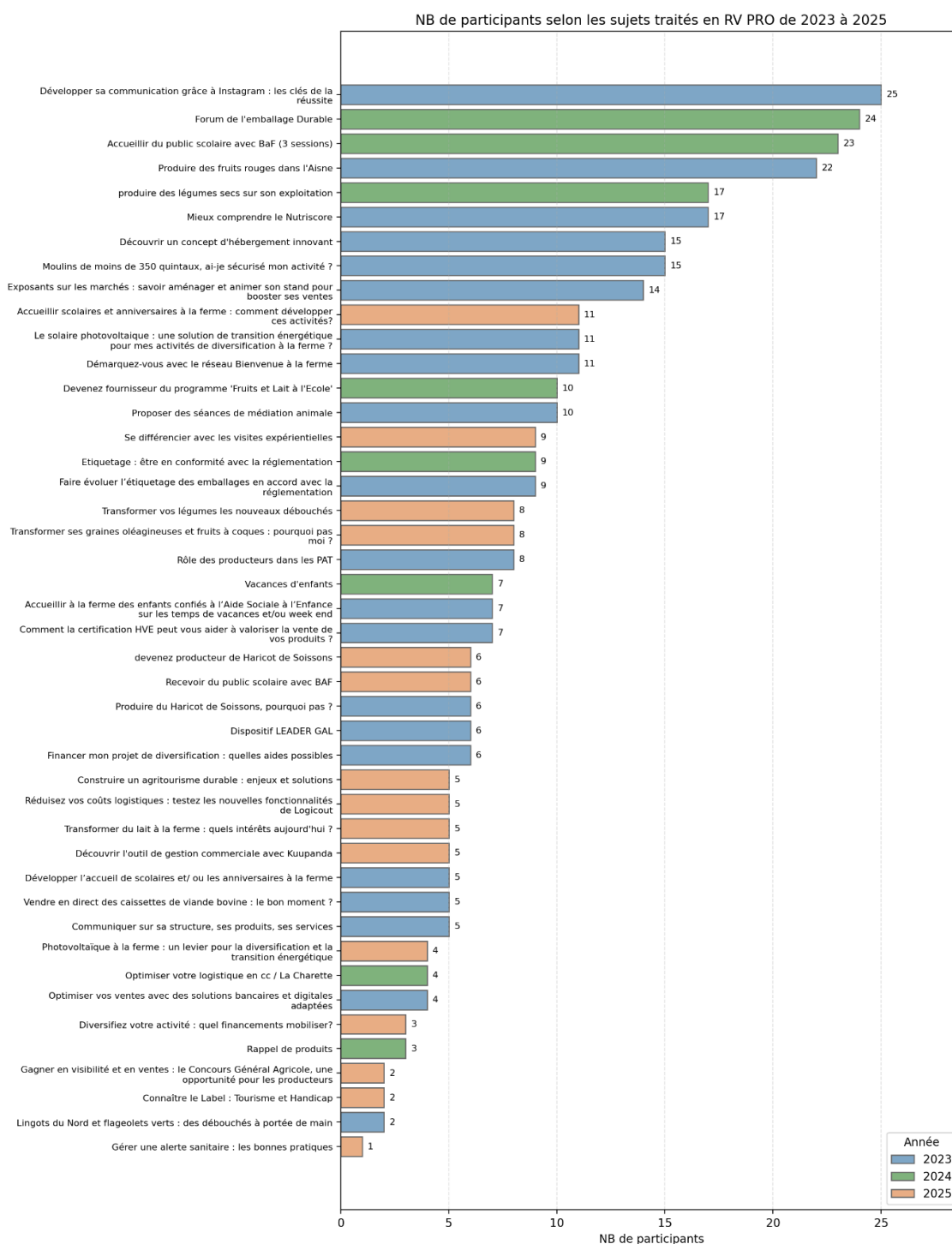
Total 2021 – 2025 : 72 RV PRO organisés – 691 participants cumulés – 9,5 participants en moyenne par RV PRO

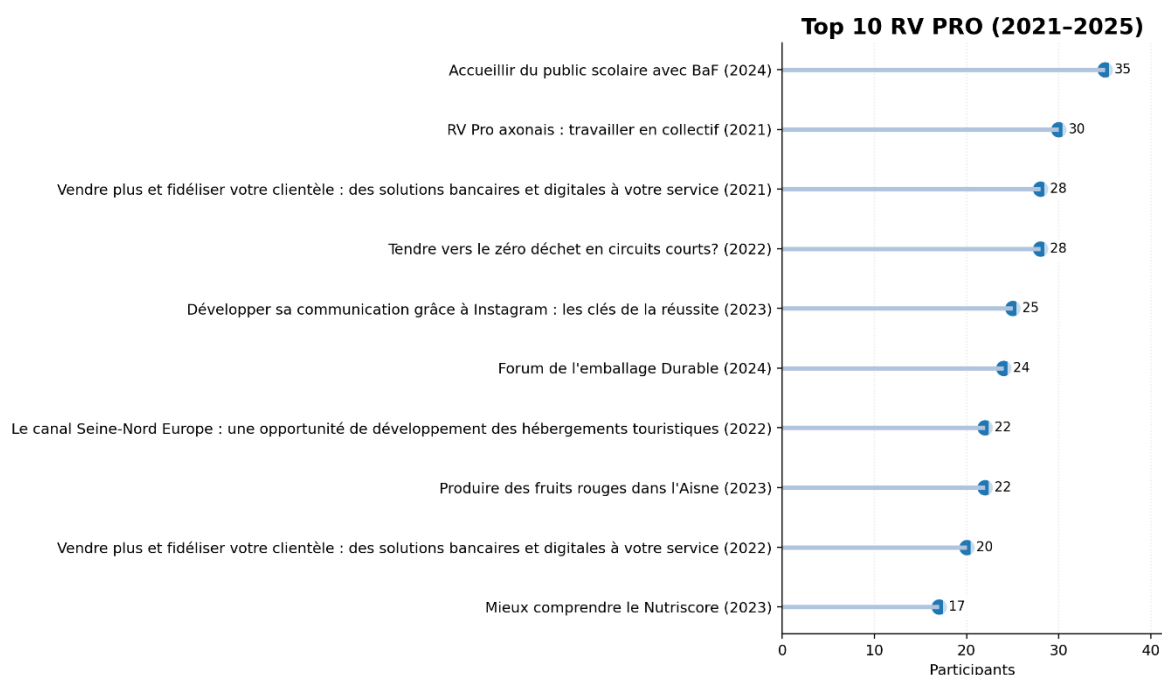
En 2025, on note une forte baisse du nombre de participants.

Comme en 2024, on note un écart important entre les inscrits et les participants. Ce décalage est préjudiciable car certains rendez-vous sont maintenus pour une faible participation finale. Et dénote un manque d'engagement de la part de certains participants.

La baisse moyenne du nombre de participants est-elle liée au format ? aux sujets ?

- Les Thèmes les plus attractifs (Top 10)





Certains sujets ont généré un intérêt nettement supérieur en réunissant plus de 20 participants :

Cela montre une forte attente sur :

- ✚ la communication / commercialisation,
- ✚ la transformation / valorisation des produits,
- ✚ la diversification vers l'accueil scolaire,
- ✚ les filières en développement (fruits rouges).

Beaucoup de thématiques attirent un public plus restreint (≤ 10 participants) :

Une large partie des sujets se situe dans une zone de **faible à moyenne participation** (1 à 10 personnes). Il s'agit souvent de thèmes :

- très spécialisés (filières pointues, réglementation précise),
- orientés "niche" (ex : haricots, photovoltaïque, médiation animale),
- ou avec un public cible réduit.

Cela ne signifie pas un désintérêt général, mais plutôt :

- ✚ une **audience plus ciblée**,
- ✚ des **besoins spécifiques** adaptés à certains profils d'exploitants,
- ✚ parfois un **manque de notoriété ou de communication** autour du thème.

Les thématiques pratiques et directement opérationnelles fonctionnent mieux :

Les sujets qui ont été les plus attractifs portent sur :

- la stratégie commerciale (Instagram, stand marché),
- la réglementation très appliquée (emballage durable),
- la diversification rentable (fruits rouges, accueil scolaire),
- le développement d'activités génératrices de revenus.

À l'inverse, les sujets très techniques, ou très réglementaires, attirent **moins de monde**.

L'audience recherche prioritairement :

- ✚ des réponses concrètes,
- ✚ applicables immédiatement sur l'exploitation,
- ✚ susceptibles d'apporter un gain économique ou commercial rapide.

Cela confirme que la programmation doit être :

- **diversifiée** – pour répondre à des besoins variés,
- **équilibrée** entre grands sujets fédérateurs et petits groupes de travail spécialisés,

C. Conclusion :

- Performance du dispositif

Les Rendez-vous Pro ont une utilité reconnue et apportent une forte satisfaction et une réelle plus-value aux personnes qui suivent ces temps d'échanges. Malgré cela la baisse du nombre de participants questionne.

- Perspectives
 - ✚ Adapter les formats : proposer des sessions au format différent selon le sujet traité (webinaire ou sur une exploitation avec visite).
 - ✚ Renforcer l'attractivité : prioriser les thématiques à forte demande et intégrer des témoignages, tout en continuant à aborder des sujets moins fédérateurs mais qui ont un public cible.
 - ✚ Améliorer le suivi : prise de contact post-RDV pour proposer une formation, un rendez-vous individuel...
 - ✚ Communication : valoriser les success stories.
 - ✚ Mesurer l'impact : poursuivre le formulaire « à chaud » en incluant des questions sur le format et sur les sujets que les personnes voudraient voir traiter, renforcer le questionnaire à froid.

Evaluation 2025

Appels PID en Hauts-de-France

Contexte et objectifs de l'évaluation

Afin d'évaluer l'intérêt et l'impact du Point Info Diversification (PID) déployé par les Chambres d'agriculture des Hauts-de-France, une enquête par questionnaire a été menée en 2025 auprès de personnes ayant appelé le PID entre 2023 et 2024.

Une analyse de l'historique a également été réalisée.

Méthodologie de l'enquête

Le questionnaire a été co-construit avec l'ensemble des conseillères concernées des Hauts-de-France selon le protocole suivant :

1. Identification de tous les appels PID sur la période de 2023-2024 (soit 1 560 appels)
2. Définition des axes d'évaluation prioritaires : utilité de l'échange, réponse à la demande, qualité de la relation avec les conseillères
3. Élaboration du questionnaire
4. Diffusion par mail via un lien Forms à un panel de **10% des appels reçus en 2023 et 2024**, en respectant la répartition des appels reçus dans chaque département et selon les 5 catégories (produire, vendre, transformer, accueillir et divers).
5. Relances téléphoniques et SMS pour maximiser le taux de retour

Résultats de l'enquête

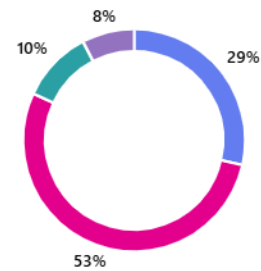
101 réponses ont été collectées, soit un taux de retour de 65%, réparties comme suit : Aisne (13), Somme (20), Pas-de-Calais (42), Nord (15), Oise (11).

Pour mémoire 4688 porteurs de projets ont appelé le PID depuis 2021.

A. Résultats du questionnaire :

- Profil des répondants

● Jeune Agriculteur (JA)	30
● Activité en développement	56
● Réflexion-transmission de l'exploitation	11
● Autre	8



- Satisfaction et utilité du PID :

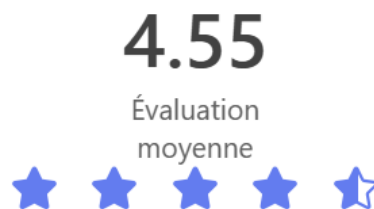
78% des répondants connaissent l'intitulé : PID

95% estiment que l'information donnée a permis de répondre à leur demande

89% estiment que la réponse a permis de faire avancer leur projet

96% estiment que le conseil leur a été utile.

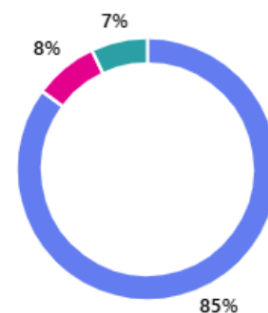
La note de satisfaction de la réponse apportée lors de l'appel au PID est évaluée à :



- Suite des projets à l'issue de l'appel au PID :

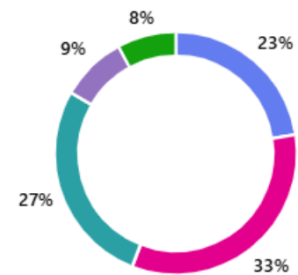
Suite à l'information reçue, les répondants ont :

● Continué votre projet	86
● Reporté votre projet	8
● Abandonné votre projet	7



- Types de projets portés lors de l'appel au PID :

● Production nouvelle ou en développement	23
● Transformation de produits (réglementation, hygiène, formations)	34
● Commercialisation en circuits courts (réglementations, ERP, formations, hygiène)	28
● Accueil à la ferme (hébergement, salle d'accueil, ferme pédagogique)	9
● Autre sujet (logistique, subventions...)	8



- Témoignages des répondants :

- Qualité de l'accueil et des conseils

- « L'accueil, les échanges, les réponses et conseils sont toujours de très bonne qualité et très pertinents. »
- « Équipe toujours disponible – Bon accueil et bon conseil. »
- « Très bonne écoute de la part des conseillers de la chambre. » « Super équipe !!! Toujours trouvé réponses à mes questions. Félicitations 😊 »
- « De grands professionnels avec toujours des réponses à mes demandes. »
- « Très satisfait. »

- Impact concret sur le projet

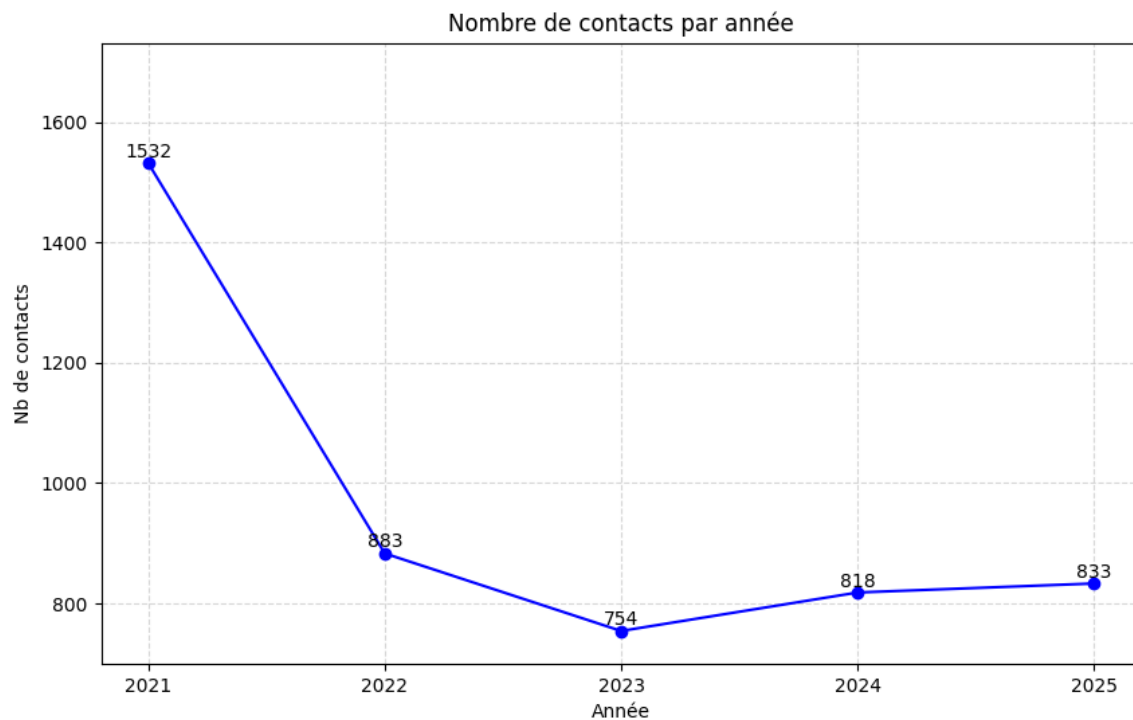
- « Le soutien de XX, son expérience, le suivi du projet m'ont beaucoup aidé quant à ma formation et l'élaboration du labo de découpe et transformation. »
- « Formations très bien conduites. »
- « Satisfaits de l'accompagnement dans notre projet. »

- Freins rencontrés qui ont conduit à l'abandon du projet :

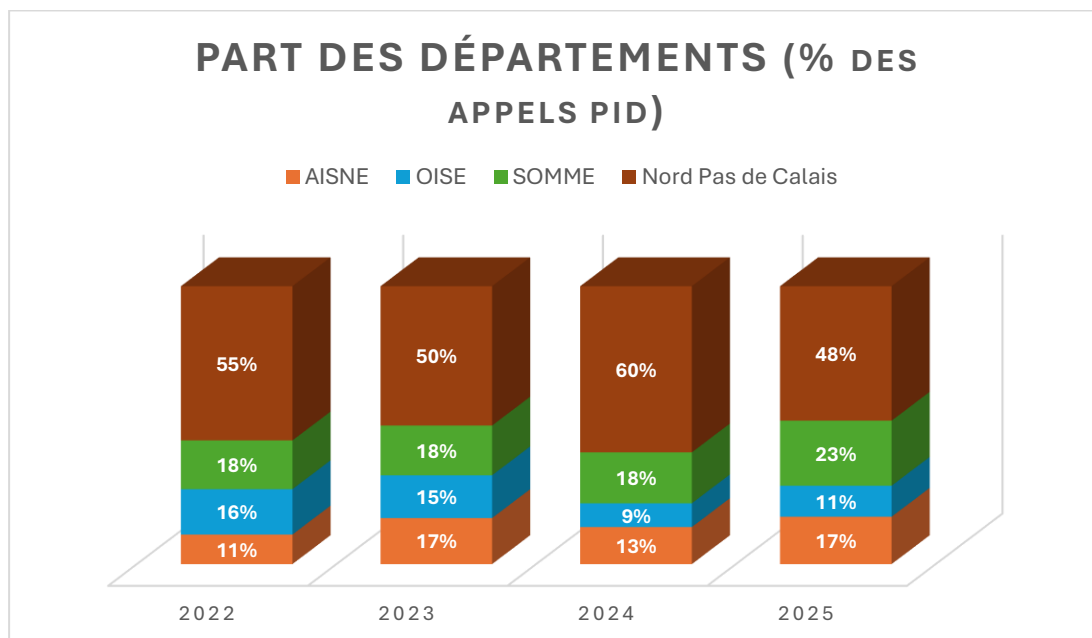
- « J'ai abandonné mon projet de micro-conserverie (soupes) car l'investissement pour créer un laboratoire était beaucoup trop élevé pour mes capacités financières. »
- « La banque n'a pas suivi le projet. »
- « Abandon de la vente de yaourts aux professionnels : mon camion-vitrine n'est pas adapté aux volumes, et mes finances ne permettent pas d'investir dans une remorque frigorifique. »

B. Historique :

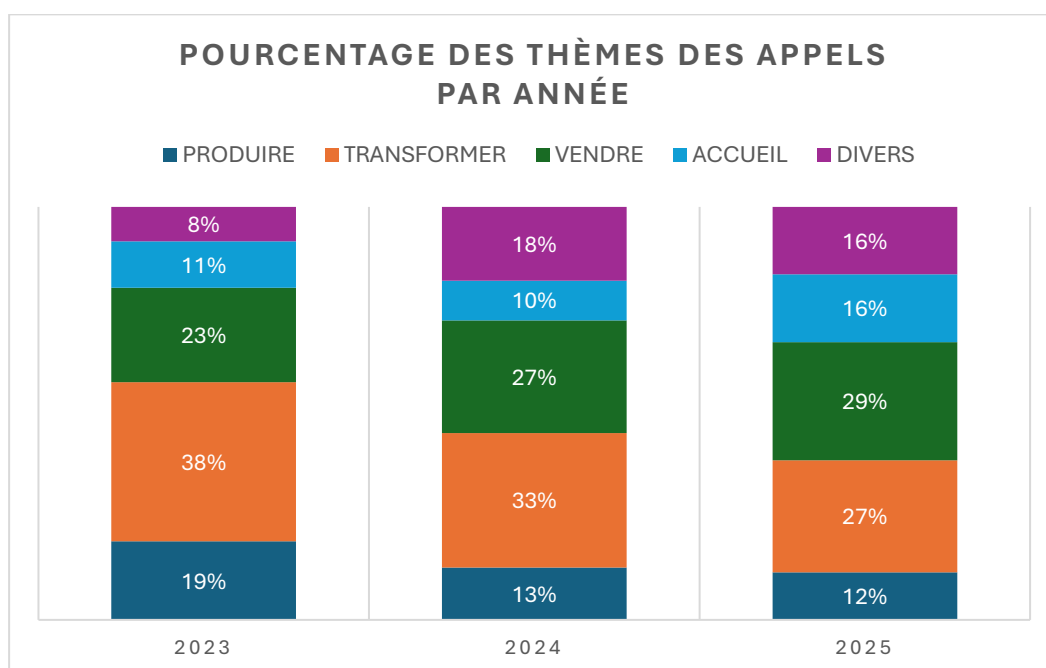
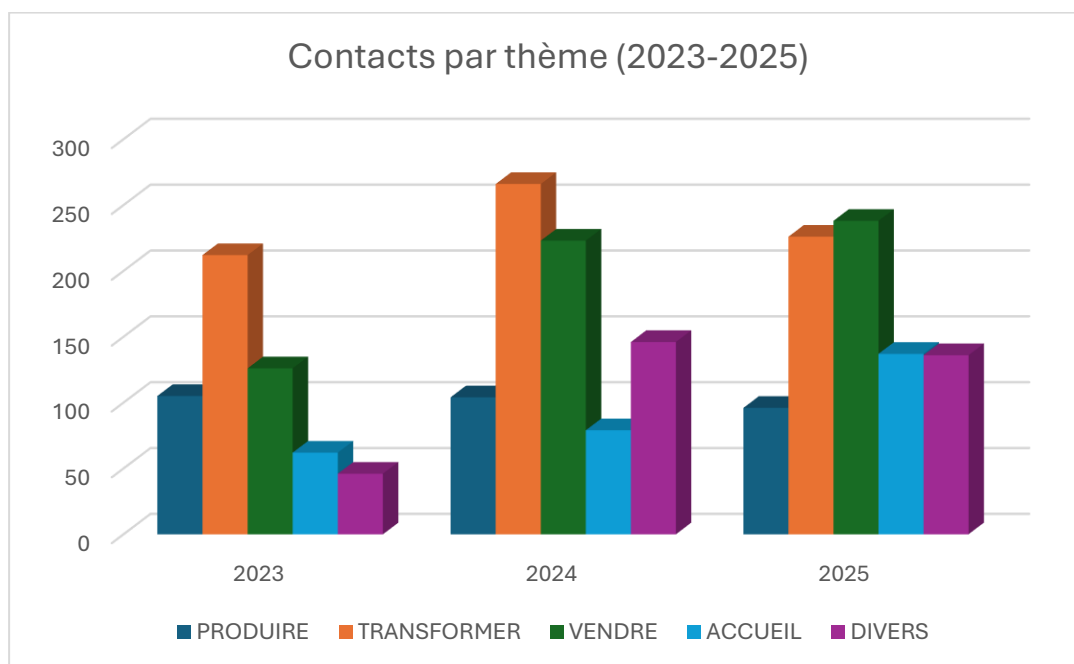
- Volume de sollicitations par année :



Le nombre d'appels très élevé en 2021 fait suite à la crise COVID et aux confinements de 2020. Cette année 2021 n'est donc pas représentative du fonctionnement habituel mais révèle l'importance du PID en période de crise ou de fort questionnement.

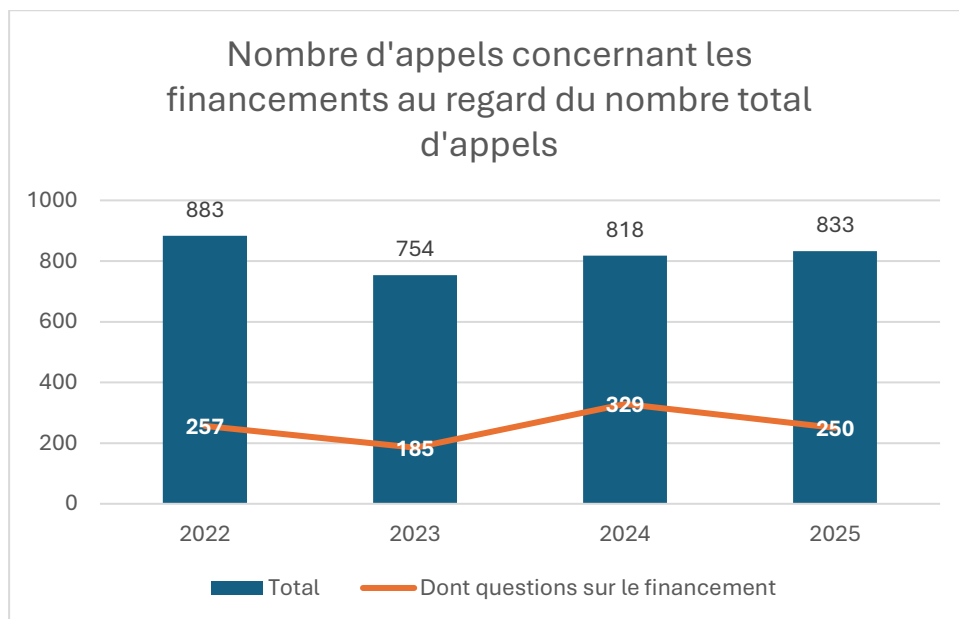


- Synthèse des grands thèmes abordés lors des appels PID (2021-2025) :



Les questions portant sur la vente dépassent désormais celles sur la transformation, et les questions sur l'accueil dépassent désormais celles sur la production.

La proportion des appels portant sur les subventions reste importante (entre 25 à 40 %).



C. Conclusions

- Performance du dispositif

Le PID fonctionne comme une porte d'entrée efficace : les informations délivrées sont jugées utiles, répondent aux questions et aident à avancer.

- Thématiques dominantes & dynamiques

Les thématiques dominantes restent la commercialisation en circuits courts et la transformation de produits, mais l'accueil à la ferme progresse fortement.

Les subventions restent le thème principal tout type de projet confondu.

- Perspectives
- Renforcer un tri orienté vers le 1er RDV PID ou le Conseil Émergence pour les projets nécessitant un accompagnement approfondi.
- Réfléchir à des RDV PRO sur les sujets récurrents non abordés par ailleurs (hygiène, ERP, subventions).
- Suivi post-PID : relance à 3 ou 6 mois pour mesurer la progression du projet (continué, reporté, abandonné) et évaluer l'effet PID.
- Déployer des indicateurs PID : utilité, satisfaction, taux d'avancement, typologie des thèmes.

D. En synthèse

L'évaluation 2025 du **Point Info Diversification (PID)** en Hauts-de-France montre que le dispositif est **efficace et apprécié**. Une enquête menée auprès d'un panel représentatif (101 réponses, taux de retour 65 %) révèle que **95 % des répondants estiment que l'information a répondu à leur demande**, et **96 % jugent le conseil utile**.

Les appels concernent principalement la **vente en circuits courts**, la **transformation**, et de plus en plus **l'accueil à la ferme** ; les **subventions** restent un sujet majeur (25–40 % des sollicitations).

Depuis 2021, **4 688 porteurs de projets** ont contacté le PID, avec un pic en 2021 lié à la crise COVID.

Les témoignages confirment la **qualité de l'accueil et des conseils**.

Perspectives : renforcer le suivi post-appel PID, renforcer des RDV ciblés et déployer des indicateurs de performance (utilité, satisfaction, typologie des thèmes).

Evaluation 2025

« Valorisons – L'essentiel de la diversification »

Contexte et objectifs de l'action

Le bulletin technique **Valorisons – L'essentiel de la diversification** vise à diffuser des informations fiables, synthétiques et opérationnelles afin d'accompagner les réflexions et les projets de diversification agricole.

Ses objectifs principaux sont :

- sécuriser les projets de diversification en apportant des repères techniques et réglementaires actualisés ;
- faciliter l'accès à l'information pour les agriculteurs en phase de réflexion, de lancement ou de consolidation d'une activité ;
- valoriser les initiatives agricoles régionales et les dynamiques territoriales ;
- renforcer la visibilité de l'offre d'accompagnement des Chambres d'agriculture en matière de diversification.

L'évaluation de l'action Valorisons vise à apprécier la **visibilité, l'utilité et la contribution du bulletin à la réflexion et aux projets de diversification agricole.**

Méthodologie de l'évaluation

Un **questionnaire en ligne** a été diffusé à partir de décembre 2024 via plusieurs canaux :

- QR code présent dans plusieurs numéros du bulletin,
- relais par les conseillers lors d'échanges avec les agriculteurs,
- diffusion auprès du réseau diversification.

L'enquête reposait principalement sur des questions fermées permettant une analyse quantitative, complétées par quelques questions ouvertes pour recueillir des suggestions et commentaires.

Résultats de l'enquête

66 personnes ont répondu au questionnaire.

E. Résultats du questionnaire :

L'analyse des résultats vise à mesurer :

- la notoriété et les modes de diffusion du bulletin ;
- les usages et l'intérêt pour les contenus ;
- l'impact perçu sur les projets de diversification ;
- l'appréciation du format et de la périodicité ;
- les attentes d'évolution.

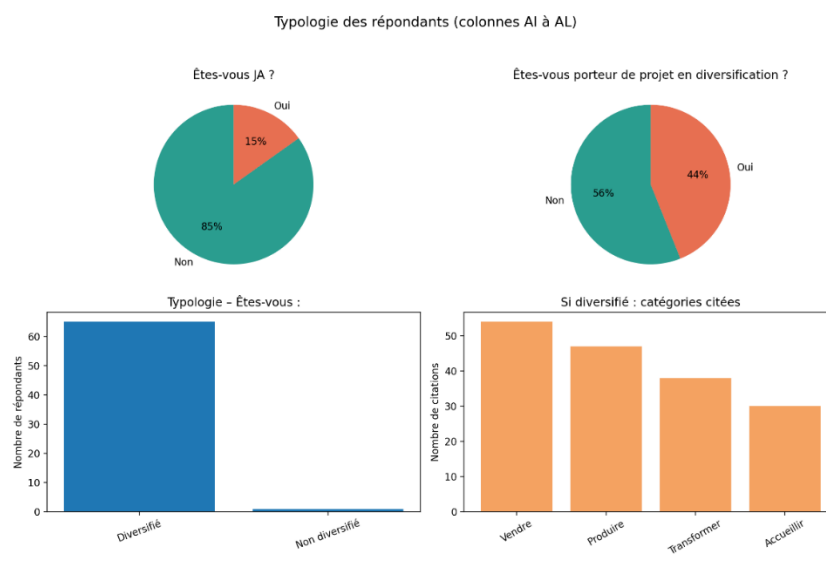
Comme toute enquête volontaire, les résultats peuvent refléter davantage l'avis de lecteurs déjà intéressés par la diversification. Ils constituent néanmoins un indicateur pertinent de l'utilité et de la perception du bulletin.

Profil des répondants

Les répondants sont issus de l'ensemble des départements des Hauts-de-France, ce qui confirme la diffusion régionale du bulletin.

Répartition par département :

- Somme : 21 répondants (32 %)
- Nord : 18 (27 %)
- Pas-de-Calais : 12 (18 %)
- Oise : 9 (14 %)
- Aisne : 6 (9 %)



Le profil des répondants montre :

- **62 agriculteurs installés sur 66 répondants**
- 10 jeunes agriculteurs (JA)
- 39 femmes et 27 hommes

La très grande majorité des répondants est **déjà engagée dans la diversification agricole** : 65 se déclarent diversifiés, 1 seul répondant ne l'est pas encore.

Les activités de diversification concernent principalement : la vente directe (54 réponses), la production spécifique (47), la transformation (38), l'accueil à la ferme (30).

Certains agriculteurs sont également engagés dans des démarches de qualité :

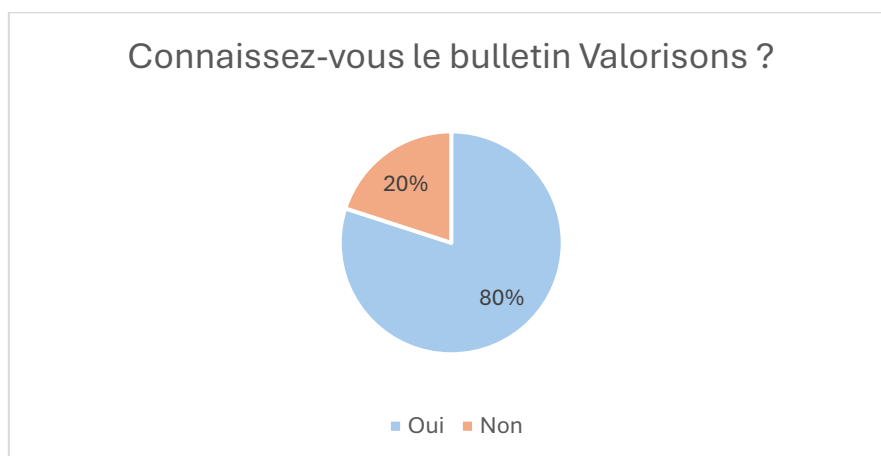
- 24 exploitations en agriculture biologique,
- 12 sous certification HVE,
- 1 sous SIQO,
- 26 sans certification particulière.

Ces résultats montrent que Valorisons est principalement lu par des **agriculteurs déjà engagés dans des démarches de diversification ou de valorisation des productions**.

Notoriété et diffusion du bulletin

L'enquête met en évidence une **bonne notoriété du bulletin Valorisons**.

Parmi les répondants, **53 personnes déclarent connaître le bulletin**, soit environ 80 %.



Les principaux canaux de diffusion identifiés sont :

- **l'envoi papier (38 réponses),**
- **l'envoi par mail (17 réponses),**
- les réseaux sociaux (4 réponses),
- le bouche-à-oreille ou d'autres canaux (9 réponses).

Ces résultats montrent l'importance d'une **diffusion multicanale**, combinant supports numériques et papier.

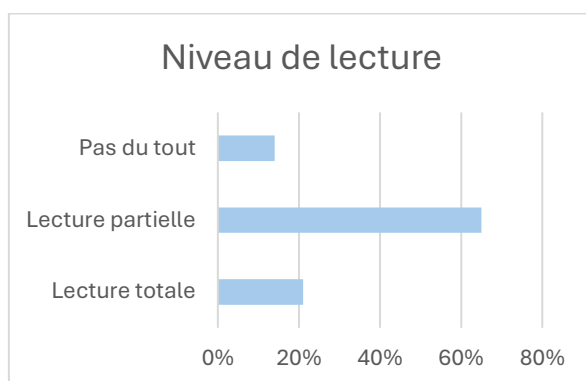
Cependant, l'enquête révèle également un point d'amélioration :

seulement 32 répondants savent où retrouver le bulletin en dehors de sa réception directe, contre 34 qui ne le savent pas.

La visibilité des lieux d'accès au bulletin (site internet, archives, plateformes de diffusion) constitue donc un enjeu pour renforcer son accessibilité.

Usages et intérêt pour les contenus

Les résultats montrent que le bulletin est globalement **lu et consulté par une majorité des répondants** : 14 personnes le lisent entièrement, 43 le lisent partiellement selon leurs besoins, 9 ne le lisent pas.

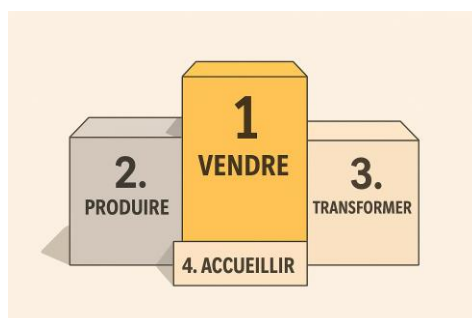


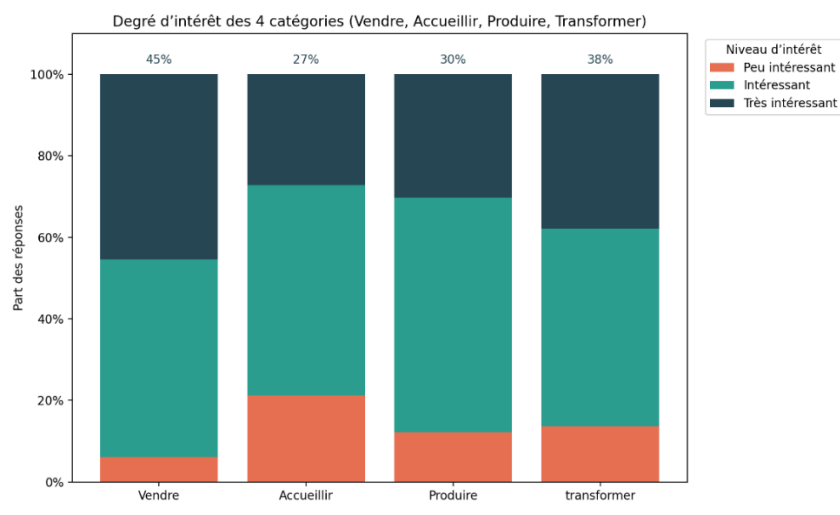
La lecture sélective est donc majoritaire, ce qui correspond à un usage pragmatique : les lecteurs consultent prioritairement les rubriques qui concernent leur activité ou leurs projets.

Le bulletin est structuré autour de quatre catégories principales :

- produire,
- transformer,
- vendre,
- accueillir.

Dans l'enquête : **58 répondants jugent ces catégories pertinentes**, contre 8 seulement qui ne le pensent pas. Celles qui suscitent le plus d'intérêt sont :





Cette hiérarchie correspond aux principales préoccupations économiques des agriculteurs diversifiés mais reflète également les activités du lectorat.

Concernant les types de contenus, les lecteurs privilégient :

- les informations **techniques et réglementaires**,
- les contenus **pratiques et opérationnels**,
- les analyses sur les **évolutions et tendances du secteur**.

Les informations événementielles ou plus générales apparaissent moins prioritaires.

Plusieurs suggestions ont été formulées dans les réponses ouvertes, notamment :

- des analyses économiques,
- des témoignages d'agriculteurs,
- des sujets sur la transition agroécologique,
- la production animale,
- les énergies ou nouvelles tendances.

Apports du bulletin pour les projets

L'un des objectifs majeurs de Valorisons est d'accompagner la réflexion et la sécurisation des projets de diversification.

Les résultats du questionnaire confirment cette utilité :

- **54 répondants indiquent que le bulletin leur apporte des informations nouvelles**,
- 12 estiment ne rien apprendre de nouveau.

Concernant l'impact sur les projets :

- **34 personnes déclarent que le bulletin les aide à avancer dans leur projet**,
- 32 estiment que ce n'est pas le cas.

L'impact du bulletin se situe donc principalement **au stade de la réflexion et de la veille**, plutôt qu'au niveau d'une décision immédiate.

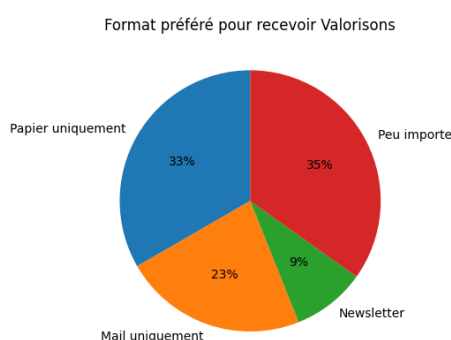
Le bulletin joue ainsi un rôle :

- de **sensibilisation aux opportunités de diversification**,
- d'**information sur les contraintes techniques et réglementaires**,
- d'orientation vers d'autres dispositifs d'accompagnement.

Appréciation du format et de la périodicité

Les lecteurs expriment globalement une satisfaction quant au format du bulletin.

Préférences de format :



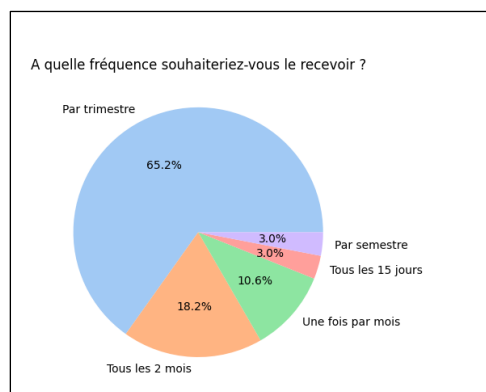
La coexistence du format papier et numérique apparaît donc pertinente.

Concernant la fréquence de publication :

55 répondants jugent la périodicité trimestrielle suffisante, 11 la jugent insuffisante.

Lorsqu'on leur demande la fréquence idéale :

- 43 souhaitent une publication trimestrielle,
- 12 tous les deux mois,
- 7 mensuelle,
- 2 semestrielle,
- 2 toutes les deux semaines.



Ces résultats confirment que la périodicité actuelle correspond globalement aux attentes.

Enfin, concernant **les modalités de réception** :

- 38 souhaitent continuer à recevoir le bulletin **sans abonnement**,
- 27 seraient favorables à un abonnement gratuit,
- 1 seulement accepterait un abonnement payant.

La gratuité du bulletin constitue donc un facteur important de diffusion et d'appropriation.

F. Conclusions

L'évaluation met en évidence plusieurs enseignements clés.

Tout d'abord, Valorisons répond à un **besoin réel d'information sur la diversification agricole**. Les lecteurs apprécient la fiabilité des contenus, leur dimension pratique et leur ancrage régional.

Le bulletin occupe une place particulière dans l'écosystème d'accompagnement des Chambres d'agriculture. Contrairement aux dispositifs d'accompagnement individuel (comme les conseils ou rendez-vous techniques), il constitue un **outil de sensibilisation et d'information accessible à tous**, permettant de préparer les porteurs de projets.

Ensuite, l'action présente un **effet levier important**. Pour un investissement limité en temps et en ressources, le bulletin permet de diffuser largement des informations techniques et réglementaires auprès d'un public régional.

L'analyse met également en évidence quelques axes d'amélioration :

- renforcer la visibilité des modalités d'accès au bulletin ;
- élargir le lectorat vers des agriculteurs encore en phase de réflexion ;
- développer davantage de témoignages et de retours d'expérience ;
- approfondir certaines thématiques techniques ou économiques.

Enfin, Valorisons contribue à la **cohérence globale de l'offre d'accompagnement en diversification**. Il facilite l'orientation des agriculteurs vers les dispositifs existants et participe à la sécurisation des projets dès leurs premières étapes.

G. En synthèse

L'évaluation confirme la pertinence du bulletin Valorisons comme outil d'information et de diffusion de connaissances sur la diversification agricole en Hauts-de-France.

Les résultats du questionnaire montrent que :

- le bulletin bénéficie d'une **notoriété solide auprès de son public cible**,
- ses contenus sont **jugés utiles et pertinents**,
- il contribue à **faire progresser la réflexion et la structuration des projets**.

Dans un contexte de transformation des systèmes agricoles et alimentaires, Valorisons constitue ainsi un **outil stratégique d'information et de sensibilisation**, complémentaire des dispositifs d'accompagnement plus opérationnels.