

---

## Appel à candidature Collectif « Devenir Paysan » Constitution d'un groupe de travail stratégique

---

### Contexte :

Le CFPPA du Robillard développe des formations : blocs de compétences voire diplômes comme le BPREA, à destination d'un public nouveau dans les centres : **des adultes qui souhaitent revenir à la terre.**

Fort de son expérience réussie dans de nombreux domaines, il souhaite, avec l'aide de Pr ference, **impulser une démarche nationale** qui pourrait aller jusqu'à créer une marque/un label national autour du « devenir paysan »

### Objet de l'appel à candidature :

Cet appel à candidature vise à **identifier des centres , intéressés par la démarche, qui constitueraient un « comité directeur »** en charge de structurer, de construire une offre nationale avec des services exclusifs de qualité à destination de ces publics. L'objectif du groupe de travail « comité directeur » est de conceptualiser, organiser, formaliser la démarche pour aboutir à une charte (un cahier des charges) qui permettrait un appel à manifestation d'intérêt auprès des autres structures, en octobre 2022

### Destinataires :

Ensemble des centres dispensant ce type de formation et souhaitant mutualiser pour constuire un projet national

### OBJECTIFS :

**Constituer un groupe de réflexion stratégique (comité directeur de 5 centres maximum) pour construire et mettre en œuvre un projet national structuré et structurant autour de l'offre « devenir paysan »...**

**Créer une gamme d'offres de formation premium impactante sur le territoire national**

**Créer une marque/un label reconnu dans le paysage national de la formation**

*Après avoir pris connaissance des éléments de contexte ci-dessous, du règlement de la consultation et du programme du premier regroupement du 23 juin 2022 :vous pourrez vous positionner à travers l'acte d'engagement joint (  renvoyer le 27 mai maximum). Nous analyserons vos réponses et vous donnerons les noms des centres retenus après analyse le 31 mai au plus tard*

### Points abordés :

Une initiative du Robillard pour créer une communauté d'action (P.2) ; Quelques constats : genèse du projet (P.2) ; Attentes (P.2) ; Publics visés (P.3) ; Enjeux (P.3) ; Intérêt pour vos centres (P.3) ; Phasage (P.4) ; Déroulé / objectifs et attendus de la phase 1(P.4)

Retours de l'acte d'engagement attendu le **27 MAI 2022/11hrs**

## Une initiative du Robillard pour créer une communauté d'action

Le Robillard est porteur de ce projet. C'est une idée qui émane de lui et Préférence vient en appui à sa mise en œuvre. L'équipe d'animation de Préférence apporte son appui au groupe en matière de mobilisation des établissements, d'ingénierie, de communication et de coordination. Les établissements qui s'engagent dans le dispositif constituent une « communauté d'action » au sens de la convention constitutive de Préférence.

### Quelques constats : genèse du projet

- Beaucoup de CFPPA proposent une large gamme de blocs de compétences, voire de diplômes à **destination des particuliers qui veulent « revenir à la terre »** (citons par exemple l'apiculture, la boulangerie, le cidre etc)
- C'est un **public nouveau pour les centres** : ils cherchent une formation de qualité, sont mobiles sur les territoires et ont généralement un niveau d'étude supérieur
- Ils cherchent des **formations à distance mais pas que** (ils sont prêts à se déplacer pour acquérir des compétences techniques)
- Ils bénéficient soit de leur CFP soit ils se financent sur fonds propre
- L'offre de formation qui leur est proposée reste commercialisée à un niveau local et **ces publics n'ont pas une vision nationale de l'ensemble de la gamme** dont ils pourraient bénéficier. Il manque d'une offre étoffée qui leur permettrait de se construire un parcours complet de formation
- Le Robillard et d'autres établissements leur propose des formations qui fonctionnent mais restent à un niveau local (ce sont généralement des « niches »)
- **La communication** menée pour recruter sur ces actions reste très locale et **peu professionnalisée**
- **La concurrence est vive avec d'autres structures** qui proposent des offres nationales comme « terre de liens » par exemple

### Attentes

- **Aller plus loin et créer un dispositif** qui aurait une couverture nationale pour pouvoir valoriser voire étoffer l'offre de formation existante sur les territoires et pouvoir répondre au maximum aux attentes souvent pointues de ces publics
- **Créer une gamme** d'offres de formation ayant des valeurs, des objectifs pédagogiques et de qualité communs
- Faire de la démarche un **accélérateur de l'innovation** : émulation du groupe, mise en place de pratiques pédagogiques variées et innovantes etc
- **Gagner en réactivité** : permettre une réponse quasi immédiate à une demande (grâce à un répertoire national des offres par exemple)
- **Créer « une marque »/ « un label »** autour de la thématique : faire entrer des notions de qualité : accueil, réponse adaptée, justifier « d'exploitations référentes pour les regroupements » etc
- Travailler **sur des valeurs communes** et créer un état d'esprit, une marque de fabrique « devenir paysan »
- **Etre visible et lisible** sur les territoires et dans le monde de la formation comme « la » référence pour ce type de formation
- Se positionner **comme entité « commerciale »** identifiée et non plus comme CFPPA membre d'un EPLEFPA : avoir un nom, un site, un plan de communication etc
- Etre connu et reconnu comme un **incontournable** de ce type de formation
- Cibler **sur la qualité** plutôt que la quantité

- **Ouvrir à d'autres acteurs** que les CFPPA (ex : Terre de liens etc)
- Travailler sur une **communication nationale** (portée par Préférence ) plus porteuse (catalogue numérique de l'offre etc)
- Créer un **état d'esprit** « devenir paysan »

### En résumé :

- **Créer une offre nationale cohérente, détaillée et efficace**
- Construire une offre nationale, reposant sur une gamme, basée sur l'idée **d'un réseau premium** qui favoriserait la notion d'appartenance à un groupe avec des **exigences qualité et des valeurs communes** (mais aussi avec une démarche pédagogique commune)
- Inventer et construire **des outils et des services exclusifs** liés à l'appartenance au groupe

### Globalement :

#### **Etablir une marque/un label autour du « devenir paysan »**

*le label, est un moyen d'information du public sur les propriétés et les qualités objective d'un ouvrage, d'un environnement, d'une information, d'un bâtiment, d'une procédure, etc)*

### Publics visés

- Apprenants non issus du milieu agricole, diplômés et salariés qui veulent opérer un virage professionnel
- Apprenants ayant des racines agricoles mais ayant quitté le milieu (études, professions autres)
- Un point commun : désir de « retour à la terre »

### Enjeux

- Devenir « L'outil » de référence incontournable pour répondre aux besoins de ce public
- **Créer un guichet unique** d'accès à une gamme variée de qualité
- Gagner en efficacité pour orienter ce public et lui faire bénéficier d'un parcours de qualité
- **Proposer une large gamme** pour répondre à des choix pointus et modulables (pouvant aller jusqu'à la certification)
- Offrir **des services exclusifs** pour la garantie d'une meilleure réussite : consistance de l'offre, positionnement etc., une enquête qualité et un réajustement des besoins du début à la clôture du parcours
- Bénéficier **d'un interlocuteur unique** et national
- **Gagner une place nationale** équivalente aux autres offres analogues concurrentielles
- Etre le gage d'un réseau premium pour l'ensemble des parcours : **Proposer des services exclusifs de qualité** pour répondre aux besoins
- Outiller et **faire vivre une communication nationale** (plan de communication commun, charte graphique etc)

### Intérêt pour vos centres

- Un marché porteur à développer
  - 40% des nouveaux installés ne sont pas issus du milieu agricole
  - En centre : 50% des inscrits sont des urbains
  - Un potentiel de prospects/clients existants à capter
- Un créateur d'activité pour les CFPPA
  - Un moyen de transformer des « niches » en offre globale (gamme) impactante et pérenne
  - Une réponse nationale à une concurrence nationale

- Une communication plus professionnalisée et structurée car commune
- Une façon de capter un « nouveau public » potentiellement important
- Une ouverture, un élargissement de la gamme
- Un moyen de sortir de la notion de « centre constitutif »
  - Une identification comme marque à part entière et non plus comme centre de l'EPLFPA de.../gain en lisibilité et en agilité
  - Un positionnement comme « **entreprise commerciale** » sur le marché au même titre que les concurrents
- Faire partie du noyau « concepteur » pour construire un projet qui va répondre à vos attentes
  - **Bénéficiaire d'apports théoriques** sur les notions de gamme, de communication etc (voir programme du 23 juin)
  - Etre à l'initiative de la prise de décisions
  - Donner son point de vue et aider à **construire une offre qui vous ressemble**
  - Pouvoir **faire valoir les valeurs** que vous portez et que vous voulez faire porter

## Phasage

- **Phase 1 (objet de cette consultation):** Constituer un comité directeur de 5 centres maxi qui va « réfléchir stratégie » et construire le projet
- **Phase 2 :** Travail du comité sur une charte (un cahier des charges) pour ouvrir à d'autres établissements à travers un appel à manifestation (Date butoir : Octobre 2022)
- **Phase 3 :** Constitution d'un noyau de centres : CFPPA voire autres (dispensateur de formations répondant à « état d'esprit » autour de la notion « Devenir Paysan » (Date butoir : Décembre 2022)

## Déroulé/objectifs et attendus de la phase 1 :

- **Dates**
  - **27 mai** : date butoir des retours des actes d'engagement
  - **31 mai** : choix des centres retenus pour constituer le comité directeur (critères dans le règlement de la consultation)
  - **23 juin** (9hrs/16hrs) : Réunion de lancement et de travail à Paris (intervention du chargé de communication Préférence pour éclairer et guider dans la démarche)
  - **Juin/octobre** : Réunions de travail en classes zoom pour construire le projet/le cahier des charges et lancer un appel à manifestation à destination des autres centres ; Travail de l'équipe Préférence pour la mise en œuvre et la réalisation du plan de communication
- **Objectifs:**
  - ***Quelle mutualisation est envisageable pour assurer une couverture nationale et une qualité optimale des formations proposées ?***
  - ***Comment peut-on devenir incontournable aux yeux des partenaires professionnels dans ce domaine d'activité ?***
    - Apports théoriques : comment créer une gamme ? comment être visible ?
    - Resituer le contexte : Quelle offre et quelle place de l'offre des CFPPA sur le marché etc
    - Définir les attentes : contraintes/freins et comment les lever ?
    - Envisager les mutualisations possibles : quoi et dans quel but ?
    - Travailler sur les valeurs portées, à porter

- Réfléchir sur les attentes « qualité » à apporter et comment les mettre en œuvre
- Travailler sur le plan de communication et les outils
- Ouvrir notre projet à d'autres acteurs comme « terre de liens » ?
- Définir un projet collectif précis et phasé : Création d'une marque ?

- **Attendus :**

- **Définir une stratégie** permettant aux établissements de conforter voire de renforcer leur position dans ce marché concurrentiel (y inclure un plan de communication)
- **Créer une identité forte aux formations « devenir paysan »** permettant d'identifier ces formations sur le marché de la concurrence : des valeurs communes, une démarche qualité clairement définie (créer des outils communs etc)
- **Construire une gamme** cohérente, détaillée et efficace
- **Elaborer une charte (un cahier des charges)** préalable à toute acceptation d'une nouvelle adhésion dans le cadre de l'appel à manifestation