



## ***Communiquer pour Exister :***

*Une bonne communication...., ça change la vie !*

***Dossier de Presse***

***Conférence de presse du 7 septembre 2012 à Verlhac-Tescou***

# ***Communiquer pour Exister :***

## ***Une bonne communication...., ça change la vie !***

### ***Dossier de presse pour la conférence du 7 septembre***

---

*Résumé*

*De l'émergence de l'idée à sa concrétisation*

*L'objectif de cette campagne de communication*

*Le public ciblé*

*Trois thèmes = trois messages à diffuser*

*Le lieu d'implantation de nos banderoles*

*Exemple de deux jeux de banderoles*

*Notre partenaire financier*

*Qui sommes-nous ?*

# Résumé

---

Les résultats de nos études démontrent que notre métier a gardé tout son mérite aux yeux de la population locale. Pourtant, nous communiquons peu sur sa complexité. Les spots publicitaires diffusent une image de l'agriculture caricaturale et édulcorée. Les documentaires, qui sont sensés traiter de l'agriculture en profondeur, la dépeignent, tantôt bucolique, tantôt sous forme extrémiste. A cela s'ajoute le matraquage incessant des associations environnementales à la recherche du scandale qui, pour parfaire leur théorie, n'hésitent pas à démonter l'agriculture au travers d'arguments surfais et construits de bagatelles. **La communication, telle qu'elle existe aujourd'hui, travestit allègrement le monde agricole et notre métier au profit de l'audience et de la consommation.**

Une telle désinformation n'est pas sans conséquence ! **Elle inculque inévitablement une image fausse de l'agriculture et de notre métier.** Le lien entre agriculteurs, production, produits alimentaires et paysage disparaît de notre société. Heureusement, la population reste lucide et arrive à faire la part du vrai et du faux. Elle reste, tout de même, dubitative lorsque nous abordons avec elle les sujets qui prêtent à polémique.

**Dans un but de sensibiliser la population locale au métier et au rôle des agriculteurs qu'elle côtoie tous les jours, Jeunes Agriculteurs de Tarn-et-Garonne souhaite mettre en place une campagne de communication positive et ludique sur tout le département.**

Nous avons travaillé pendant plus d'un an sur la réalisation de cette campagne de communication. Nous avons construit notre communication en nous appuyant sur nos recherches et études qui ont fait l'objet de notre rapport d'orientation 2012 intitulé :"Communiquer pour exister : Une bonne communication... ça change la vie".

**Communiquer, c'est réajuster auprès de cette population notre image et aider la population locale à mieux connaître les composantes de notre métier et les enjeux auxquels nous devons et devrons faire face.** 9 milliards d'habitants à nourrir en 2050 et une baisse constante du nombre d'agriculteurs ne sont pas compatibles !

Ainsi, nous ne pourrons que mieux nous entendre avec nos voisins, nos clients et nos élus. Communiquer, c'est rester acteurs de notre avenir !

**Nous sommes agriculteurs, et malgré toutes les difficultés que nous rencontrons et le fait qu'aujourd'hui il soit de plus en plus difficile de vivre de notre métier, nous en sommes fiers. Qui mieux que nous pour en parler ?**

Jeunes Agriculteurs de Tarn-et-Garonne et le Conseil Général de Tarn-et-Garonne, partenaire financier de cette campagne de communication, se félicitent de pouvoir vous présenter en avant première nos 15 banderoles, le vendredi 7 septembre 2012 à Verlhac-Tescou.

Vous trouverez dans ce dossier des explications brèves concernant notre campagne de communication ainsi qu'un premier aperçu d'un jeu de banderoles.

## **Contact presse :**

Sébastien GUIRAUD : 06.81.82.00.64  
Jérémy FRAYSSE : 06.81.62.29.44  
Jean-Philippe VIGUIE : 06.11.04.62.87

## ***De l'émergence de l'idée à sa concrétisation***

En 2011, à l'occasion de la session nationale du RGA (Renouvellement des Générations en Agriculture), Jeunes Agriculteurs avait organisé un concours intitulé « affiche ta passion ». Les 10 meilleures affiches sélectionnées par les participants à la session RGA, furent présentées au Salon Internationale de l'agriculture, à Paris, afin de laisser les visiteurs sélectionner la meilleure.



Figure 1 : Classement des affiches JA suite aux votes des participants à la session RGA

Nous avions présenté une affiche aux couleurs des paysages de notre département. Bien que classées 3<sup>ème</sup> par les Jeunes agriculteurs de toute la France (cf. Figure 1 ci-dessus le classement des trois premières affiches), nous avions reçus des retours très positifs. C'est cette première expérience qui a fait émerger l'idée de développer une campagne de communication sur tout le département. Un groupe de travail, ouvert à tous les adhérents, a été constitué afin de concrétiser l'idée.

En parallèle, la dernière action coup de poing de communication en agriculture qui nous a confortés dans la nécessité de communiquer sur notre métier, fut les affiches de communication de la FNE. Cette campagne d'affichage attaque directement les pratiques agricoles en déformant leurs contenus et leurs conséquences. Le président de la république, Monsieur Sarkozy, a lui-même condamné cette campagne d'affichage, mais trop TARD !!! Le message était déjà passé. La population a bien assimilé leur slogan : « Agriculteurs pollueurs !!! ; Agriculteurs menteurs !!! ; Agriculteurs empoisonneurs !!!... ».

Plusieurs groupes de travail ont été consacrés à la création de cette campagne de communication dont un groupe pour réaliser des études et recherches nécessaires au préalable à sa construction. Ses analyses et résultats ont d'ailleurs fait l'objet de notre rapport d'orientation 2012 intitulé : « Communiquer pour exister : Une bonne communication..., ça change la vie ! ». La motivation était au rendez-vous !

Le tout s'est bien sûr entrecoupé d'échanges par mail et de conseils d'administration pour faire valider les idées et faire participer tous les cantons.

Enfin, plus d'une semaine de travail fût consacrée à la réalisation de photos prises directement chez les jeunes agriculteurs afin d'illustrer nos affiches avec nos propres exploitations.

**En définitive, entre l'émergence de l'idée et la réalisation de cette campagne de communication, plus d'un an se sera écoulé.**

## ***L'objectif de cette campagne de communication***

---

Les changements ont toujours fait peur même s'ils sont mis en place afin d'améliorer nos conditions de vie. Une partie des changements des modes de production de l'agriculture se sont réalisés sans que les consommateurs ne s'en aperçoivent, comme s'ils avaient loupé l'évolution entre la faux et la moissonneuse à guidage GPS. Notre agriculture stable et abondante est depuis devenue, aux yeux du consommateur, productrice de risques en termes de qualité alimentaire avec les dernières années marquées par des crises sanitaires. **Notre objectif est d'expliquer ces changements et leurs enjeux afin de faire comprendre à la population pourquoi ils ont lieu. Retrouver la confiance des Français n'est pas une tâche insurmontable.** Nous sommes, depuis toujours, conscients de cette responsabilité sociale que nous portons aux travers de nos pratiques et des produits que nous produisons.

Nous avons conscience de notre responsabilité non seulement parce que nous nourrissons nos concitoyens mais aussi parce que nous avons en charge l'espace où nous vivons tous. Nous devons être pédagogiques et ouverts face au nombre grandissant d'habitants de notre département qui choisit de vivre à nos côtés à la campagne. Face aux nouveaux enjeux de l'agriculture (nourrir 9 milliards d'habitants, l'environnement...), nous avons un besoin crucial de compréhension et de soutien de la part de la population.

**Le but de notre communication est que chacun acquière une meilleure connaissance de l'autre. Communiquer sur notre métier permettra peut-être une meilleure entente entre voisins, clients et vendeurs, élus et électeurs. Communiquer pour mieux exister ! Arrêtons d'être les spectateurs d'une communication qui ne nous ressemble pas. Qui mieux que les agriculteurs pour parler d'agriculture ?**

## ***Le public cible***

---

La population du Tarn-et-Garonne est éclectique. Elle se compose de citadins qui vivent aux coeurs des villes, d'urbains s'installant à la campagne pour profiter de ses avantages tout en travaillant en ville (ceux que l'on catégorise habituellement comme néo-ruraux) et de personnes issues du monde rural, y travaillant ou devant parfois travailler en ville. Ces derniers ont en général un lien fort avec l'agriculture, et connaissent bien le monde agricole.

Nous n'avions ni les moyens ni l'ambition de lancer une onéreuse campagne nationale comme a pu le faire FNE. Mais nous pouvons à notre niveau et à l'échelle de notre département profiter des opportunités qui nous sont offertes.

Les « néo-ruraux », bien qu'ils résident à la campagne, ne sont pas pour autant plus connaisseurs sur l'agriculture que les citadins. Cette population est facile à atteindre car elle vit à proximité de nos exploitations. **Communiquer auprès de cette population n'a que des avantages : réduire les conflits de voisinage, nous faire connaître, faciliter le contact. C'est aussi un moyen indirect de toucher les citadins puisque les « néo-ruraux » travaillent avec eux.**

## **Trois thèmes = trois messages à diffuser**

---

Le principal enjeu de l'agriculture est celui de nourrir une population de plus en plus nombreuse. Pour répondre à cet enjeu, nous produisons des denrées alimentaires grâce aux moyens techniques dont nous disposons et qui sont en perpétuelle évolution. Pour expliquer simplement le processus qui nous permet de produire, nous avons traité succinctement chacun de ces thèmes. C'est-à-dire :

- **les enjeux** de notre métier, qui répond à la question de notre responsabilité dans le monde de demain (la quantité à produire, l'environnement...)
- **nos productions** pour expliquer ce que nous produisons et à quoi ça sert afin de recréer des liens entre les espaces qui environnent nos concitoyens et la nourriture qu'ils consomment.
- Et enfin, **les moyens de production** que nous mettons en œuvre pour répondre à ces enjeux qui, au détour, illustrent notre responsabilité, tout en répondant à certaines attaques gratuites sur ces moyens.

Nous avons donc choisi de créer une banderole pour expliciter chaque thème. Pour le thème « production », nous expliquons ce que nous produisons sous forme de chiffres clés (combien de baguettes donne un champ de blé, et de biberons un champ de maïs...). C'est un moyen synthétique d'ajuster aux yeux de la population les critiques mensongères ; chiffres qui s'appuient, par ailleurs, sur une production concrète et réelle.

Chaque thème sera affiché devant les productions faisant la renommée de notre département : **céréales, arboriculture, vignes, bovin lait et bovin viande.**

Ainsi chaque production sera représentée par un jeu de 3 banderoles, une pour chaque thème. **Nous avons donc 5 jeux d'affiches composés de 3 banderoles chacun, soit un total de 15 banderoles exposées sur tout le département, à des périodes différentes.**

## ***Le lieu d'implantation de nos banderoles***

Ayant formulés nos slogans par production quel meilleur support que celui de nos champs pour communiquer auprès de la population locale ? Nous cultivons des champs qui sont le fondement de nos paysages.

Ces champs sont situés en bords de routes très fréquentées par la population locale qui rejoint tous les matins son travail. Mettre des affiches dans les champs pour parler de la production qui y est implantée est un moyen ludique pour expliquer à la population notre métier. **L'utilisation des champs comme support de communication permet de créer un lien entre le métier d'agriculteur, son outil de production et le quotidien de la population.** C'est sensibiliser la population à l'impact de l'agriculture sur son quotidien, sur l'environnement et son paysage. Ainsi les aménités positives du métier : entretien de l'espace et environnement... sont resituées dans leur véritable contexte.

Nous disposerons donc le long d'un même champ, trois banderoles afin d'illustrer chacun des thèmes (cf. Figure 2). Le message de chaque banderole se réfère, dans la mesure du possible, aux productions cultivées dans le champ. Les enjeux de l'agriculture seront placés en première position. C'est l'affiche qui sera la plus lue.

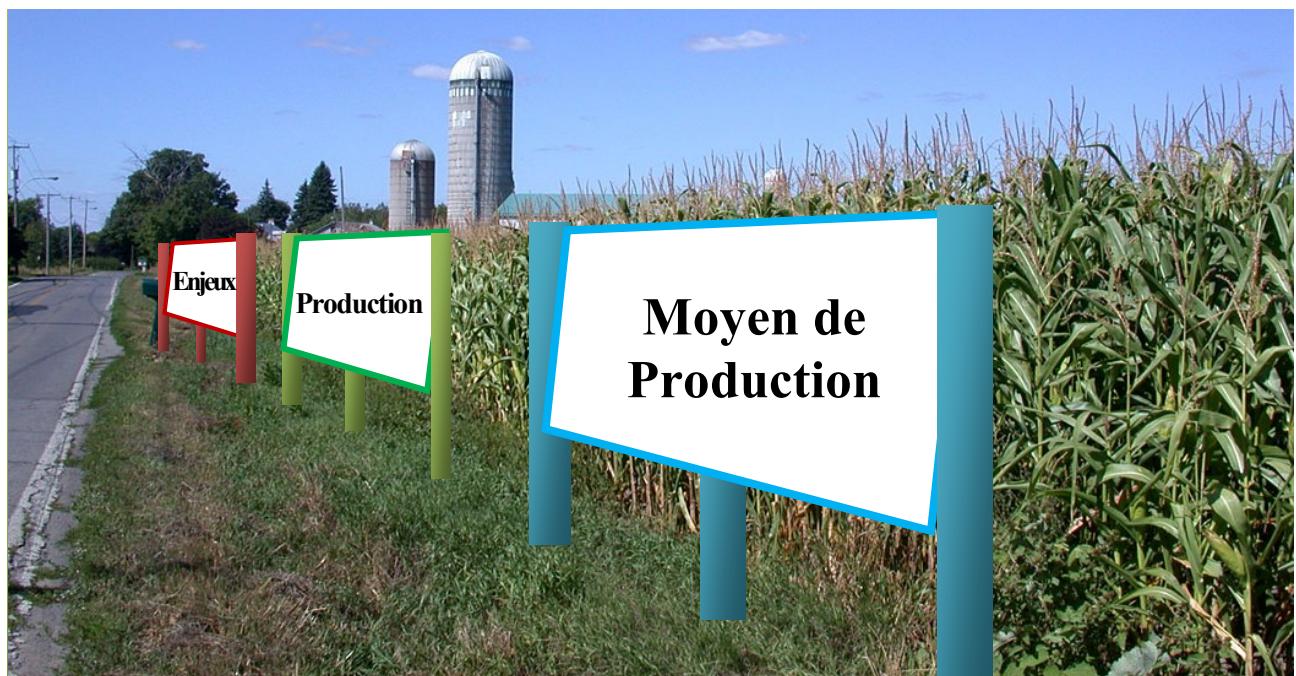


Figure 2 : Disposition schématisé des banderoles classées par thème dans l'espace au bord d'un champ de maïs

Afin de faciliter le lien entre les thèmes d'un champ à un autre, nous retrouvons la même charte graphique pour chaque thème. Pour le thème « enjeux », le cadre est rouge ; pour le thème « production » le cadre est vert et pour le thème « moyen de production » le cadre est bleu.

Grâce à la participation du Conseil Général de Tarn-et-Garonne, unique partenaire financier du projet, nos banderoles ont été imprimées en double exemplaire afin de les faire tourner d'un canton à un autre et de pouvoir les afficher sur tout le territoire du département.

## ***Exemple de deux jeux de banderoles***

Ces 3 banderoles seront implantées en suivant devant un pré servant de pâturage à des bovins viande :



Ces 3 banderoles seront implantées en suivant devant un champ de blé :

## ***Notre partenaire financier***

---

Cette opération de communication a été réalisée avec le soutien financier du Conseil Général de Tarn-et-Garonne.



# Qui sommes-nous ?

## **Jeunes Agriculteurs de Tarn-et-Garonne : un syndicat de proximité**

Jeunes agriculteurs est le seul syndicat professionnel composé exclusivement de jeunes agriculteurs âgés de moins de 35 ans

### **2 objectifs fondamentaux :**

- ⇒ Nous défendons les intérêts des jeunes agriculteurs, et ceux des jeunes en phase d'installation.
- ⇒ Nous prenons position pour assurer le renouvellement des générations en agriculture.

### **4 missions principales :**

- ⇒ Nous proposons des idées novatrices pour l'avenir ! Notre travail nous permet de rester l'aiguillon de la profession : la Charte nationale pour l'installation, l'organisation économique des producteurs, des prix rémunérateurs pour tous les paysans...
- ⇒ Nous formons des futurs responsables syndicaux, d'entreprises coopératives et de projets : écoles de responsables, formation des conseils d'administration, groupes et sessions de travail...
- ⇒ Nous communiquons sur le métier d'agriculteur dont il s'agit de valoriser le rôle dans la société, la qualité de vie, et l'épanouissement personnel que cela implique
- ⇒ Nous animons le milieu rural à travers l'organisation d'évènements conviviaux et l'implication des adhérents dans les diverses instances locales de développement : évènements Concours de labour...

