

## Liste des actions

**Action n°6.1** : Faire **découvrir les métiers de l'agriculture** auprès des **élèves de 5<sup>ème</sup>** au travers d'interventions ou de visites d'exploitations

**Action n°6.2** : Instaurer en région BFC une **Semaine de l'Agriculture** dans les programmes scolaires allant du primaire aux études supérieures

**Action n°6.3** : Créer des **espaces de débats et des manifestations** pour recréer du lien entre les **producteurs** et les **citoyens** (produits locaux, productions locales)

**Action n°6.4** : Développer **l'agritourisme** : hébergement et visites de ferme, circuits touristiques...

**Action n°6.5** : Réaliser une **campagne de communication** sur l'agriculture et notamment les métiers de l'agriculture

**Action n°6.6** : Agriculteur et fier de l'être – Développer des **argumentaires simples et concis** pour **communiquer positivement** sur les **pratiques agricoles** et le **métier d'agriculteur**

**Action n°6.7** : A nous de faire de l'Agrilove : apprendre aux **agriculteurs**, dont les **salariés agricoles**, à **mieux communiquer**

**Action n°6.8** : Favoriser les **échanges de pratiques** en matière de communication entre **agriculteurs**

## **ACTION N°6.1**

Faire **découvrir les métiers de l'agriculture** auprès des **élèves de 5<sup>ème</sup>** au travers d'interventions ou de visites d'exploitations

### **Problématique**

Face au nombre important d'élèves qui sortent du système scolaire sans qualification, le parcours AVENIR a été mis en place dans les collèges. Il consiste à faire découvrir aux jeunes le monde économique et professionnel d'aujourd'hui, développer leur sens de l'engagement et de l'initiative, ainsi que leur fournir des clés pour la construction de leurs projets. Le monde agricole y est trop souvent abordé de façon marginale.

### **Objectifs**

- Faire connaître les métiers, sensibiliser les jeunes.
- Être référencé comme métiers incontournables à présenter en 5<sup>ème</sup>.
- Accueillir au moins un agriculteur en classe et/ou organiser au moins une visite d'exploitation dans chaque collège de la Région.

### **Description de l'action**

- Dans les classes de 5<sup>ème</sup> : intervention d'agriculteurs, d'ingénieurs agronomes ou visites d'exploitation pour présenter les métiers/formations en agriculture dans le cadre des heures allouées du parcours « avenir ». Privilégier la communication directe entre agriculteurs et élèves.

### **Point de vigilance**

- Avoir un nombre suffisant d'intervenants et d'exploitations volontaires.

## **ACTION N°6.2**

Instaurer en région BFC une **Semaine de l'Agriculture** dans les programmes scolaires allant du primaire aux études supérieures

### **Problématique**

Bien que la semaine de goût (une initiative nationale qui vise à promouvoir la culture culinaire, l'alimentation de qualité, la reconnexion à l'agriculture du grand public au travers d'évènements organisés volontairement par les professionnels/artisans) ait été mise en place, la jeunesse reste déconnectée des bases de l'agriculture nourricière.

### **Objectifs**

- Présenter l'ensemble des productions et les grands types d'agriculture en France et en région en les comparant à celles d'autres pays.
- Montrer aux enfants et aux jeunes le quotidien des agriculteurs, et leur faire comprendre le lien qui existe entre ce métier et les produits que nous consommons tous les jours (chaîne alimentaire).
- Casser les préjugés inculqués par les parents à travers l'éducation.
- Investissements des OPA.

### **Description de l'action**

- A la manière de la semaine du goût, intégrer en région BFC une semaine de l'Agriculture à tous les niveaux scolaires via des visites dans les exploitations, des visites dans les organismes professionnels et prévoir également des interventions dans les écoles avec des sujets types à aborder pour chaque niveau scolaire.

### **Point de vigilance**

- Sensibiliser les professeurs en amont – Programmes simples et faciles à mettre en œuvre.
- Ne pas présenter les choses de manière polémique, maximum de pédagogie

## **ACTION N°6.3**

Créer des **espaces de débats et des manifestations** pour recréer du lien entre les **producteurs** et les **citoyens** (produits locaux, productions locales)

### **Problématique**

Les citoyens n'ont parfois pas conscience du travail nécessaire à la production des produits issus de l'agriculture, qu'ils consomment tous les jours. Le lien producteur/consommateur reste peu développé dans notre société.

### **Objectifs**

- Informer les citoyens sur l'offre locale et les fermes proches de leur lieu d'habitation.
- Impliquer les citoyens dans les démarches de productions locales.
- Compréhension des besoins et attentes des consommateurs par les producteurs.
- Améliorer la visibilité et l'image de l'agriculture.
- Valoriser les actions de l'agriculture face aux enjeux de la société et montrer la réalité du métier (les difficultés, l'évolution des pratiques...).

### **Descriptif de l'action**

- Créer des espaces de débats citoyens avec tous les acteurs.
- Construire une fiche pratique du déroulé d'un débat/table ronde.
- Organiser des fêtes des voisins à la ferme, BAF, cinéma ou théâtre en plein air, panneaux explicatifs à la ferme, etc.

### **Point de vigilance**

- Sortir des positions de « posture » /« clivages » pour permettre un dialogue constructif.

## **ACTION N°6.4**

Développer l'**agritourisme** : hébergement et visites de ferme, circuits touristiques...

### **Problématique**

Aujourd'hui, les liens avec les offices du tourisme sont inexistantes dans notre région, ce qui empêche le développement de l'agritourisme.

### **Objectifs**

- Permettre au grand public d'être intégré dans le quotidien des agriculteurs, de les aider dans des tâches simples de l'exploitation et de comprendre ce métier.
- Développer un capital sympathie pour les agriculteurs de la part du grand public.

### **Description de l'action**

- Créer du lien avec les offices du tourisme pour mettre en relation des visiteurs avec des paysans lors de visites ou d'hébergement dans les fermes, circuits touristiques... Cela passe par l'organisation de rencontre entre les offices de tourisme/conseils départementaux (tourisme) mais aussi entre les conseils départementaux et le conseil régional (aide/subvention possible).
- Trouver un vivier de fermes ouvertes avec des activités pour attirer les touristes.
- Travailler avec le réseau Bienvenue à la ferme
- Réaliser une plaquette avec les adresses des fermes, leurs activités (boutique, soin des animaux, cueillir des légumes, ateliers de transformation...), si elles proposent un hébergement ou non, si elles souhaitent accueillir du public...Mettre à disposition cette plaquette dans les offices du tourisme de la région.
- Construire une plateforme digitale avec cartographie des fermes volontaires pour accueillir des touristes.

### **Point de vigilance**

- Faire en sorte d'avoir un nombre assez important d'exploitations volontaires et bien réparties dans toute la région.

## ACTION N°6.5

Réaliser une **campagne de communication** sur l'agriculture et notamment les métiers de l'agriculture

### Problématique

Une campagne de communication sur les métiers de l'agriculture semble nécessaire pour informer la société de manière percutante, dynamique et ludique. Elle permettra de replacer l'agriculteur au cœur de nos vies. En effet, il cultive le contenu de nos assiettes, entretient notre environnement et contribue à la vie de nos territoires. C'est un professionnel qui s'adapte quotidiennement au vivant.

La campagne de communication devra mobiliser collectivement les structures professionnelles agricoles, et mettre en avant des agriculteurs-entrepreneurs, mais également salariés qui collaborent avec fierté et méritent d'être rémunérés à leur juste valeur. Il s'agit d'informer la population sur les possibilités de recrutement, de formation et la capacité d'innovation de l'agriculture.

### Objectifs

- Etablir un dialogue positif entre la société civile et le monde agricole.
- Redonner du sens au métier d'agriculteur.
- Remettre l'agriculture au centre de la vie de tous les citoyens.
- Rendre plus attractif les métiers de l'agriculture.

### Description de l'action

- La proposition de lancement d'une campagne sera faite le 27 juin prochain avec la diffusion d'un teaser, et une mise en œuvre importante de septembre à décembre 2023. Avec une entrée « métier », cette campagne proposerait une communication pro-active pour sortir d'une posture trop souvent défensive. Il s'agit de valoriser les engagements des agriculteurs : défense de l'environnement, la qualité des produits, le développement territorial, faire entendre les enjeux de l'agriculture, montrer la réalité du métier...
- Cette campagne de communication s'accompagnerait d'un plan média : organisation et déploiement de la campagne (publications réseaux sociaux, sites internet, newsletters, presse...).
- Réaliser une vidéo teaser pour présenter la campagne et 5 capsules vidéos/séquence pour la fin de l'année.
- Produire des visuels de campagne.
- Appropriation de la campagne par le monde agricole et ses partenaires qui en seront les ambassadeurs en la relayant.
- Un regard croisé avec les campagnes similaires conduites par la filière forêt bois (Printemps du Bois) pourra apporter une complémentarité, au service de la ruralité de façon plus générale.

### Point de vigilance

- Prendre soin de vulgariser les informations et faire preuve de pédagogie auprès des citoyens.
- Communiquer de manière positive et être proactif.

## ACTION N°6.6

Agriculteur et fier de l'être – Développer des **argumentaires simples et concis** pour **communiquer positivement** sur les **pratiques agricoles** et le **métier** d'agriculteur

### Problématique

Au vu des résultats de l'enquête menée auprès des agriculteurs, il apparaît clair que la pression de la société et des médias a un impact négatif sur la santé psychologique des agriculteurs. Les sujets de l'utilisation des produits phytosanitaires, de la nuisance sonore, de l'émission de déchets... sont souvent critiqués. Il y a donc un réel besoin de communication pour expliquer les problématiques agricoles à la société.

### Objectifs

- Redonner confiance aux agriculteurs dans le sens et l'utilité de leur métier au service du citoyen, du consommateur, de l'environnement et de l'économie.
- Changer le regard et le préconçu des néo-ruraux et des citoyens.
- Valoriser les pratiques vertueuses de l'agriculture.
- Parution d'articles et de reportages argumentés dans les médias grand public et agricoles sur l'apport de l'agriculture en BFC (CQFD, C'est pas sorcier) qui sont repris et partagés sur les réseaux sociaux.

### Description de l'action

- Rassembler des chiffres, des arguments, des études d'opinion pour concrétiser la réalité objective de l'apport de l'agriculture à la société en BFC.
- Construire des fiches de synthèses thématiques sur les apports de l'agriculture.
- Réaliser des études, des articles (communiqués, dossiers de presse).
- Réaliser et fournir des fiches de synthèses aux médias, aux agriculteurs et aux OPA pour leur apporter des argumentaires simples et concis rappelant les apports de leur métier et de leurs actions à la société. Exemple de thématiques à aborder : les services écosystémiques, l'importance des sols et de leur gestion...

### Point de vigilance

- S'assurer que les chiffres et les idées avancées sont issus du travail d'experts et fassent l'objet d'un consensus scientifique.

## **ACTION N°6.7**

A nous de faire de l'Agrilove : apprendre aux **agriculteurs**, dont les **salariés** agricoles, à **mieux communiquer**

### **Problématique**

Lors des groupes de travail du projet « Imaginer demain, Agir maintenant », il a été rapporté la nécessité d'outiller les agriculteurs pour les aider à communiquer directement auprès de la société.

### **Objectifs**

- Permettre aux agriculteurs de maîtriser les codes de la communication, pour valoriser leur travail et leur métier quel que soit l'interlocuteur (média, voisin, citoyen...).

### **Descriptif de l'action :**

- Lister et répertorier les formations en communication pour les agriculteurs (exploitants comme salariés).
- Les rendre accessible à tous les agriculteurs.
- Faire la promotion des formations sur la communication positive, une communication factuelle qui apporte un discours serein, posé, réfléchi et parfois argumenté (via des flyers, témoignages « vidéo », promotion par des agri-youtubers, plaquettes, publications réseaux sociaux).

### **Point de vigilance**

- Les formations financées par VIVEA sont aujourd'hui non accessibles aux salariés.

## **ACTION N°6.8**

Favoriser les **échanges de pratiques** en matière de communication entre **agriculteurs**

### **Problématique**

La communication est un outil indispensable pour aider les agriculteurs et les forestiers à rétablir le dialogue avec les citoyens. La formation à la communication des agriculteurs pourrait être une solution (action N°6.7) tout comme l'échange entre pairs.

### **Objectifs**

- Faire acquérir des astuces qui leur permettront de maîtriser leur communication quel que soit leurs interlocuteurs, à partir d'expérience déjà vécues.
- Rassembler des agriculteurs et les forestiers pour les amener à échanger leurs pratiques de communication auprès du grand public.

### **Description de l'action**

- Proposer aux agriculteurs de se rencontrer autour de tables rondes interactives avec des intervenants pour le fond et la forme (à définir) afin d'échanger leurs expériences, partager ce qui fonctionne, ce qui ne fonctionne pas pour éviter de mauvaises actions communicantes envers le grand public et de réitérer les mauvaises pratiques qui peuvent se retourner contre les agriculteurs.
- Proposer des ateliers de mise en pratique/simulation de situation.
- Réunir le groupe régulièrement (au moins 2 fois par an) avec une réelle animation bien construite.

### **Point de vigilance**

- S'assurer de l'implication des agriculteurs.