Route de l'innovation – Journée 3 – AgriCafé

Question posée par Charles-Bernard Héger

« Comment mettre en place une communication positive à travers les médias sur les activités menées par les agriculteurs à destination de la société ? »

Synthèse

Etape 1 : explicitation du questionnement de Charles-Bernard, analyse de la question ouverte de départ, éléments de contextualisation de la question et reformulation éventuelle.

Eléments de contexte et d'analyse

- Charles-Bernard a débuté à 23 ans, seul, c'est à dire libre.
- La pulvérisation est une solution de dernier recours, donc recherche d'une meilleure maîtrise ➔ recours au « bas volume » ➔ l'exploitation est classée parmi le top 10 de la région dans la réduction des volumes, avec comme corollaire un classement dans le top 30 des revenus.
- La ferme a activé toutes les MAE depuis 10 ans (sauf pour le bétail, puisque uniquement en grande culture).
- Brutalement, une polémique est apparue à Fernelmont où on accuse les traitements agricoles d'être la cause de plusieurs cancers.
- Plusieurs traitements se font la nuit ou très tôt, pour réduire les interactions avec les riverains, ce qui est interprété comme une tentative de se cacher.
- Trois agriculteurs sont concernés.

Synthèse des dimensions à prendre en compte :

- Doit-on communiquer vers le grand public en général ou cibler les néo-ruraux (ces derniers sont les plus virulents).
- Quels sont les médias en cause ? La télévision et la presse écrite.
- Dramatisation actuelle à propos des pulvérisations, sans prendre en compte le problème des pulvérisations par les jardiniers amateurs et en mettant en avant des pratiques marginales non généralisables (petite exploitation bio basé sur la chèvre)
- Atout et problème de la proximité des agriculteurs et des villageois, peu ou mal prise en compte, contacts réduits ou nuls entre agriculteurs et habitants.
- In fine, la problématique de base est le manque de confiance.

=> Reformulation de la question : …

« Comment mettre en place une communication de crise à travers les média sur les activités menées par les agriculteurs à destination de la société ? »

Etape 2 : **pistes de solutions innovantes** pouvant répondre à la question reformulée soumise par Charles-Bernard Héger et notamment celles qui nécessiteront des prolongements avec l'aide de participants présents ou d'autres acteurs à mobiliser dans le but, notamment de mobiliser les acteurs présents autour de la problématique dans le sens d'un living lab.

Solution 1 : Organiser une communication continue – et positive – sur le quotidien agricole : reportage photo, développements technologiques et techniques, vente directe…

Avec le soutien de la Wallonie
Fonds européen agricole pour le développement rural : l'Europe investit dans les zones rurales.

Complément : Montrer que les techniques agricoles évoluent vers du « Raisonné ».

Solution 2 : Fournir une information comparative et chiffrée sur l'usage des produits phyto.

Complément : Rechercher des cas similaires dans d'autres communes confrontées aux mêmes craintes (le cas de Fernelmont n'est pas unique), éventuellement en Europe.

Solution 3 : Mettre en place des mesures agro-environnementales aux abords des villages.

Complément : travailler sur l'aspect esthétique, assurer la visibilité des aménagements.
Remarque : L'agriculteur applique déjà cette démarche, notamment avec des bandes fleuries.

Solution 4 : Proposer / participer à / réaliser un reportage sur les pratiques culturales agricoles en agriculture de conservation à destination d'un public néorural.

Complément : A étendre au grand public.

Solution 5 : Etre actif sur les réseaux sociaux : page facebook, posts sur les groupes concernés par ce genre de critiques

Complément : proposer un lien internet d'information sur l'agriculture de conservation et citer les activités mises en place localement par les agriculteurs.

Solution 6 : Organiser un événement public pour mettre en avant les initiatives positives pour réduire l'emprunte environnementale réalisées sur les exploitations concernées ; présence de scientifiques pour appuyer les propos.

Complément : Lors des fêtes locales de village, ouvrir les fermes à une journée d'échange.
Remarque : Cette démarche a été faite, mais la parole a été mobilisée par des opposants.
Remarque : l'agriculteur participe au WE « Ferme ouverte ».

Solution 7 : Informer le grand public sur le travail quotidien, montrer tous les côtés positifs, notamment lors de la journée « ferme ouverte ».

Complément : démonstrations appuyées par des experts, extérieurs à la polémique et crédibles pour la population.
Remarque : solution proche de la solution 6 ci-dessus.

Solution 8 : Passer par les écoles, les enfants pour faire de la vulgarisation, sensibilisation, information : animations en classe, visites en ferme, y compris pour els écoles secondaires.

Solution 9 : Organiser une écoute attentive avant toute réponse : « OK, je pulvérise… Exprimez-moi vos craintes, vos peurs, vos espoirs… »

Complément : Besoin d'un modérateur pour ne pas avoir que des attaques, plus des personnes neutres et expertes.
Remarque : Cette démarche a été faite, mais la parole a été mobilisée par des opposants. C'est l'option choisie : écoutez, montrer de l'intérêt et de l'ouverture.

Solution 10 : Organiser un débat, après avoir écouté les craintes et espoirs, sur la façon dont les gens voient l'agriculture et l'alimentation de demain.

Etape 3 : identification des verrouillages spécifiques aux pistes de solutions innovantes identifiées

Pistes de solutions innovantes	Verrouillages
1. Communication continue sur les activités agricoles et leur évolution positive	- Les média ont souvent besoin de polémique et de sensationnel. Comment maîtriser cette tendance ?
2. Benchmarking sur d'autres cas similaires pour identifier les solutions suivies en Belgique ou ailleurs.	- Comment utiliser le résultat ? Il manque d'un organisme de gestion de crise hors politique
3. Mettre en place de MAE paysagère en bordure des villages	- Manque d'une MAE dédiée (la MAEC 8 – bande aménagée – pourrait convenir, mais elle dépend d'un conseiller)
4. Réaliser des reportages sur les bonnes pratiques mises en place par les agriculteurs	-
5. Réseaux sociaux (FB, YouTube…) pour informer sur les bonnes pratiques qui mitigent les traitements	- Modération nécessaire, impliquant des moyens humains non négligeables.
6. Evénement public avec scientifique neutre ; ex : ferme ouverte	- Comment donner envie aux gens de venir ?
7. Idem que 6.	-
8. Animations vers les écoles (1aire et 2aire). Voir « ferme en ville » qui touchait ce public.	- Besoin d'un message simple et pédagogique pour la vulgarisation
9. Soirée débat essentiellement pour écouter, recevoir et enregistrer les doléances. « Ecouter pour désarmer ».	- Besoin d'un modérateur : action réalisée avec le bourgmestre, mais sans facilitateur, donc mal équilibré.
10. Prendre de la hauteur, par exemple avec un débat « Quelle alimentation pour demain »	- Attention au message simpliste du bio = pas de traitement.
11. Faire participer les citoyens aux activités agricoles.	- Comment les faire venir ? - Les voisins de la ferme connaissent l'agriculteur, mais celui-ci cultive des terres dans d'autres villages… Comment établir le contact ?

Avec le soutien de la Wallonie
Fonds européen agricole pour le développement rural : l'Europe investit dans les zones rurales.

Etape 4: **définition détaillée de l'action prioritaire** à mettre en œuvre afin de répondre à la question reformulée soumise par l'agriculteur/fermier.

Titre

- Campagne de communication sur l'agriculture : une activité en prise directe avec les attentes et besoins de la société.

Quoi ?

- Débats locaux sur les attentes des consommateurs en face à face avec les agriculteurs
- Campagnes poster (s'inspirer des campagnes IBSR, SNCB et choisir des lieux très fréquentés)
- Documentaire : à diffuser à la TV, au Festival zéro déchets, Valériane, au Festival du film nature de Namur, durant la semaine sans pesticides

Pourquoi ?

- Evolution depuis 10 ans de l'agriculture : diminution des traitements en parallèle des modes alimentaires qui évoluent → rétablir confiance entre agriculteurs et consommateurs

Comment ?

- Inverser le process : montrer que Fernelmont est un exemple de BP agricoles = communication construite avec les opposants

Qui (parties prenantes) ? :

- Impliquer les producteurs de phytos ? ex : Bayer organise des visites de fermes urbaines
- Réseaux d'agriculture urbains
- Association PAN
- Communauté scientifique – temps disponible !
- Vendeurs de produits agricoles de proximité

Conditions particulières ?

- Prudence ! Ne pas faire d'erreur

Avec le soutien de la Wallonie
Fonds européen agricole pour le développement rural : l'Europe investit dans les zones rurales.