

en bref

**Collectivité européenne d'Alsace
C'est le grand jour**

En cette nouvelle année 2021, l'Alsace retrouve une réalité administrative qu'elle avait perdue en 2015 avec la loi de délimitation des régions et la création de la Région Grand Est. D'abord baptisée Alsace-Champagne-Ardenne-Lorraine ou encore ACAL (la dénomination Grand Est est adoptée en 2016), la grande région fusionne alors trois anciennes régions et regroupe dix départements. Une réforme territoriale qui s'installe non sans critique d'une partie de la population, notamment en Alsace. Cinq ans plus tard, une réponse est apportée à travers la création de la Collectivité européenne d'Alsace. Il faut désormais s'habituer à un nouveau sigle : la CEA. Depuis le vendredi 1^{er} janvier, les deux conseils départementaux du Bas-Rhin et du Haut-Rhin ont ainsi fusionné. Cette nouvelle collectivité dispose de compétences supplémentaires en termes de coopération transfrontalière, bilinguisme, attractivité du territoire, transport, culture... Pour autant, le découpage administratif des départements ne change pas et les préfectures de Strasbourg et Colmar sont maintenues. Si les services déconcentrés de l'État dans le Bas-Rhin et le Haut-Rhin restent donc distincts, une forte coopération des administrations départementales doit être mise en œuvre à travers l'accompagnement des institutions dans leur transition vers la CEA et l'harmonisation des pratiques des deux préfectures sur les sujets majeurs relatifs à la CEA. Quant à l'agriculture, le changement n'est pas pour maintenant. L'essentiel des institutions qui encadrent le monde agricole alsacien a soit déjà fusionné au cours des dernières années, à l'image de la Chambre d'agriculture Alsace, ou est voué à rester au plus près des départements comme les directions départementales des territoires. Ce samedi 2 janvier voit enfin l'installation de la CEA, à l'Hôtel du département à Colmar. Affaire à suivre.



Le Savoir Vert des Agriculteurs d'Alsace

Parler aux enfants comme des pros

Le 26 novembre, l'association Savoir Vert des Agriculteurs d'Alsace terminait sa première formation destinée à professionnaliser l'accueil des écoliers dans les fermes. Une journée de mise en pratique, malheureusement sans enfants à cause de la crise sanitaire, qui a apporté aux participants les clés pour bien communiquer avec le jeune public.

Pour les enfants, l'agribashing, ce mot de «grand», ça ne veut pas dire grand-chose. Quand on a cinq, six ou neuf ans, on a encore cette dose d'insouciance et de curiosité qui fait voir le monde avec plus de légèreté que les parents. La ferme, les animaux, les tracteurs, les jardins remplis de légumes ou les fraises à cueillir soi-même, c'est quand même vachement cool. Pour les agriculteurs, c'est un public idéal. Avec les bons mots, la bonne méthode, la bonne attitude, il est possible de les sensibiliser dura-



Quelques jours après la fin de la formation Savoir Vert, Marie Cazenave-Péré et Benjamin sont allés dans la classe de leur fils pour parler d'agriculture. Une visite planifiée de longue date qui a mis en exergue la forte curiosité des enfants pour ce sujet. © DR

blement pour, qu'une fois adultes, ils se souviennent d'où vient le contenu de leur assiette, qui l'a produit et comment. Mais comme avec les adultes, la communication positive avec les enfants, ça ne s'improvise pas. Il existe des méthodes, un vocabulaire, et autant de petits trucs qui permettent de capter l'attention et graver les messages. Et ça aussi, ça s'apprend. C'est ce qu'ont pu constater les participants à la première session de formation organisée par l'association Savoir Vert des Agriculteurs d'Alsace le 26 novembre à la ferme des Schalandos, à Hachi-

mette. Une journée de «mise en pratique», coorganisée avec l'Ariena (Association régionale d'initiation à l'environnement et à la nature en Alsace), qui a clôturé neuf jours de formation.

Apprendre les «clés» de la pédagogie

Il a fallu néanmoins adapter cette étape finale. «À la base, on devait accueillir une classe de primaire pour tester en conditions réelles les ateliers qu'on avait créés. Malheureusement, on a dû faire sans et composer autrement», explique

Retrouvez vos journaux en ligne

L'information est notre métier. S'assurer que vous y avez accès est pour nous primordial.

En cette période de confinement, toute notre équipe est donc mobilisée. Pour ceux qui continuent à travailler sur leur exploitation ; pour ceux qui accompagnent les agriculteurs en télétravail ; pour ceux qui aiment et attendent leur journal, nous vous proposons une version numérique et gratuite accessible sur vos ordinateurs, tablettes et téléphones.

Bonne lecture et prenez soin de vous!

www.PHR.fr

Abonnement

Vous rencontrez des difficultés ou des retards dans la livraison de votre journal? Angélique, responsable de notre service Abonnement, est là pour y remédier.

03 88 56 90 75

Agriculteurs de Bretagne

Le dialogue, droit au but

Créée en juillet 2012, «Agriculteurs de Bretagne» est une association qui entend rassembler tous ceux pour qui l'agriculture est un levier essentiel du développement régional autour d'une démarche de communication positive et collective. Huit ans plus tard, le bilan est très encourageant et démontre que l'agribashing est loin d'être une fatalité.

Entre les agriculteurs et les consommateurs bretons, la relation semblait bien mal engagée. En apparence seulement. Au printemps 2011, un groupe de paysans de cette région riche en élevages se réunit pour redorer l'image d'une agriculture bretonne malmenée. L'épisode très médiatisé des algues vertes était passé par là. Les agriculteurs bretons étaient alors convaincus d'une chose : ils ne sont ni aimés, ni compris. En face, un sondage révèle en réalité le fort attachement des Bretonnes et des Bretons aux paysans qui les entourent. Un paradoxe? Des interrogations réciproques plutôt, et un besoin profond d'apprendre à mieux connaître l'autre, et ainsi mieux communiquer.

L'association Agriculteurs de Bretagne était née avec une idée fixe en tête : redonner la «fierté» aux paysans. Neuf ans plus tard, ce pari ambitieux est devenu une réalité, inspirant d'autres régions. L'agribashing s'est mué progressivement en «agriloving». Certes, les contradicteurs et les «anti» sont toujours



Quand le football devient un vecteur de communication pour l'agriculture. Ici, lors d'un match du Stade Rennais, en février 2020. Bientôt la même chose au Racing? © DR

là, un long chemin reste à parcourir. Mais en Bretagne, peut-être plus qu'ailleurs, l'image du métier d'agriculteur s'est considérablement améliorée. Le secret : faire parler celles et ceux qui le vivent au quotidien. «C'était une évidence à nos yeux que ça soit les agricultrices et agriculteurs qui parlent. Pas des institutions ou des syndicats. Et ça marche», explique la présidente de l'association, Danielle Even.

La com', ça s'apprend

Montrer ce qu'on fait, le dire, l'expliquer, n'est pas un exercice facile. Danielle Even l'a expérimenté personnellement face un jeune couple vegan. Forcément, quand on est éleveuse de porcs, on part avec un certain handicap. Et pourtant, en prenant le temps de dialoguer, la compréhension peut s'installer à défaut d'acceptation. «En prenant le temps de leur parler, j'ai pu leur rappeler que nos métiers, ce sont avant tout des femmes et des hommes, comme eux. Quand on déshuma-

nise une profession, c'est trop tard.» Elle en est convaincue : cette capacité à parler de son métier, de l'expliquer pour finalement convaincre son auditoire est à la portée de tout un chacun. En étant bien entouré, c'est encore mieux. Là réside la grande force d'un collectif comme Agriculteurs de Bretagne : accompagner les nouveaux venus dans leur démarche de communication, leur donner les clés essentielles pour bien s'exprimer, en vidéo sur les réseaux sociaux ou en présentiel face à d'autres personnes.

La confiance est la clé, tout comme l'exploration d'autres horizons. «Il ne faut pas hésiter à sortir de ses lieux habituels. On peut aller sur un marché, sans produit à vendre, juste pour se mettre en avant et parler avec les gens qui passent. Ce n'est pas la chose la plus facile à faire, c'est vrai. Mais progressivement, on prend de l'assurance. On se rend compte que les gens nous écoutent et qu'un dialogue est possible», témoigne Danielle Even. Un

PHR
PAYSAN DU HAUT-RHIN

Édité par Société Anonyme d'Édition et de Publicité (SANEP)
13 rue Jean Mermoz - BP40 - 68127 Sainte Croix en Plaine
Tél : 03 89 20 98 50 - Fax : 03 89 20 98 51 - sanep@phr.fr
Société anonyme, capital de 144 150 €, durée 99 ans

Directeur général : Michel Busch
Principaux actionnaires : Fédération Départementale des Syndicats d'Exploitants Agricoles du Haut-Rhin, Chambre d'Agriculture Alsace, Sodiaal Union
Directeur de la publication : Michel Busch
Hebdomadaire, Prix de vente au numéro : 4 € - abonnement annuel : 110 €
CPPAP : 0923 T 84079 - Dépôt légal : 01/2021 - ISSN : 0184-8550
Caractéristiques environnementales : Imprimé par : ROTOCHAMPAGNE 52000 Chaumont pour GRLI
Origine géographique du papier : France. Taux de fibres recyclées : 100 %
Papier issu de forêts gérées durablement. Indicateur environnemental : Ptot : 0,011 kg/t.
Journal habilité pour l'insertion des publications judiciaires et légales.
Contacts : Rédaction : redaction@phr.fr - Publicité : publicite@phr.fr - Annonces légales : annonce@phr.fr
Abonnement : airmhoff@est-agricole.com - Comptabilité : b.kieffer@est-agricole.com



Dossier réalisé par Nicolas Bernard
Pages 2 à 5

Ange Loing, responsable de la ferme et président de l'association. Dans la mesure où cette formation avait été financée par Vivea, les participants ont tenu à aller au bout. Ils ont donc, tour à tour, pris le rôle des enfants au cours de cette mise en pratique. Une expérience très enrichissante qui a démontré la pertinence de professionnaliser l'accueil de scolaires dans une ferme. « On accueillait déjà des enfants avec les Jeunes Agriculteurs. Mais avec cette formation, on a pu s'apercevoir que ce n'est pas quelque chose qu'on peut improviser. On connaît tous nos métiers. La pédagogie, un peu moins voire pas du tout. Et si le but c'est d'instruire correctement les enfants, il faut utiliser les bons outils », souligne Ange Loing. Dans des conditions normales, chaque visite est planifiée en amont avec l'instituteur ou l'institutrice ; l'idée étant que cela réponde aux attendus pédagogiques de fin de cycle. Et comme en classe, il y a une méthode à appliquer avec des enfants pour qu'une information devienne une connaissance pérenne : la répétition. « C'est la base de toute éducation. En appliquant ce principe, on met davantage de chances de notre côté », fait remarquer Ange Loing.

Une diversification de plus

Marie Cazenave-Péré, de la ferme Lammert, à Ensisheim, confirme : malgré une expérience éprouvée avec les écoliers, elle constate que cette formation lui a apporté de nouvelles clés de compréhension. « Cela m'a forcée à m'intéresser à la problématique des programmes scolaires. Et puis on avait deux points de vue : ceux d'agriculteurs déjà rodés à l'accueil du public, et celui d'une personne qui a l'habitude d'accueillir des enfants dans un cadre plus ludique. » Pour capter leur attention, pas de miracle, mais du « bon sens » adapté à leurs âges : utiliser les sens, faire appel à l'imagination, l'émotion, le jeu, la construction... Ici pas d'argumentaire rationnel et posé comme on le ferait devant un adulte ; pour communiquer positivement, il faut s'adapter à son public. Outre le fait de diffuser une meilleure image de l'agriculture, l'accueil des écoliers sous l'égide du réseau Savoir Vert représente une nouvelle possibilité de diversification pour l'exploitant. Contrairement à des portes ouvertes classiques, ces visites de fermes « professionnalisées » sont payantes, tout comme l'est finalement une sortie au théâtre ou

67 000 élèves sensibilisés tous les ans

L'association Savoir Vert des Agriculteurs d'Alsace a été créée fin 2019. Elle est le fruit de la collaboration entre les JA 68 et le Savoir Vert des Hauts-de-France. Le réseau Savoir Vert est le premier réseau de fermes pédagogiques professionnelles en France. Il est constitué de 101 fermes et de 127 agriculteurs formés à l'accueil de scolaires, et sensibilise à l'agriculture plus de 67 000 élèves par an.

ou au cinéma pour une classe. Reste maintenant à faire grandir et développer la branche alsacienne du réseau Savoir Vert. Une deuxième session de formation est prévue dans le courant de l'année 2021, voire au tout début si le recrutement en cours s'avère concluant.

Pour adhérer au Savoir Vert : <https://www.savoirvert.fr/espace-agriculteurs/adherer/>

exemple illustre assez bien cela : la complexité et la diversité de l'agriculture qui tend à être mieux appréhendée par les Bretonnes et les Bretons. « Dans nos animations, on parle de filières longues, de filières courtes, d'animal et de végétal, de bio et de conventionnel. Une diversité de réponses qui correspond à la diversité d'actes d'achats qui existe en face. En présentant les choses de cette manière, le public s'identifie et on finit par mieux se comprendre. Cela leur permet également de mieux appréhender les différences entre un cochon élevé ici, avec le cahier des charges strict qui est le nôtre, et un cochon importé du Brésil. Si au moins ils sont capables de faire

cette différence, c'est déjà beaucoup », estime Danielle Even.

Des communes aux stades de foot

Dans sa stratégie de communication, Agriculteurs de Bretagne a réussi le tour de force d'impliquer de nombreuses collectivités. Nombre d'entre elles affichent le logo de l'association à l'entrée de leur ville ou village. Ces communes sont toutes adhérentes à l'association, ce qui sous-entend un réel engagement de leur part. « Ce n'est pas juste un soutien verbal à l'égard de notre profession. Les collectivités qui s'engagent à nos côtés doivent réaliser au moins deux actions de promotion par an qui mettent en avant les

agriculteurs de leur territoire. » Cela peut être la mise en avant dans le bulletin communal, ou bien encore de proposer un site pour organiser une journée « Tous à la ferme ». « Le maire a l'avantage de connaître tous les agriculteurs de sa commune, ce qui n'est pas notre cas. Il a la capacité de faciliter l'organisation de ce type d'événements », justifie Danielle Even.

L'agriculture bretonne a aussi réussi à se faire place... dans les stades de foot. Dans le club phare de la région, le Stade Rennais, la « marque » Agriculteurs de Bretagne est déployée sur d'immenses tifos, visible par des milliers de spectateurs ou téléspectateurs. On la retrouve également au départ de la très médiatique Route du rhum, ou associée au festival musical des Vieilles charriées. Autant d'événements qui ont fait connaître l'association aux agriculteurs bretons et qui les ont incités à la rejoindre. Aussi médiatisée soit-elle, l'association n'a pas encore réussi à rallier tous les paysans bretons à sa cause, ni les acteurs qui gravitent autour. « Notre objectif est d'obtenir la reconnaissance des 3,5 millions de Bretons. On n'y est pas encore, c'est certain. Cependant, nous sommes aujourd'hui bien inscrits et repérés dans le paysage. Et ça, c'est déjà beaucoup. Les choses bougent dans nos campagnes. Mais tout cela ne se fait pas en un claquement de doigts. Pour construire une communication efficace, cela prend des années. Le plus dur, c'est de faire le premier pas. »

Pour en savoir plus sur Agriculteurs de Bretagne, rendez-vous sur leur site internet <http://www.agriculteurs-de-bretagne.fr/>

Un premier bilan encourageant

En 2019 et 2020, Agriculteurs de Bretagne a commandité plusieurs enquêtes pour évaluer l'efficacité de ses actions depuis sa création en 2012. Il en ressort que 88 % des agriculteurs connaissent l'association ou ses événements. Ils sont également 88 % à en avoir une bonne ou très bonne image. Chez les non adhérents de l'association, 33 % des moins de 40 sont intéressés par l'adhésion : à 31 % pour soutenir la démarche, à 26 % pour bénéficier d'un soutien en communication, et à 18 % pour rencontrer de nouvelles personnes. Ce bilan montre que le mouvement autour d'Agriculteurs de Bretagne s'est amplifié fortement entre 2015 et 2019. Fin 2019, l'association comptait un peu plus de 3 000 adhérents. En deux ans, ce sont 180 communes qui ont apporté leur soutien. Un chiffre illustre l'adhésion du public : le doublement du nombre moyen de visiteurs à « Tous à la ferme », de 600 par ferme en 2013 à 1320 par ferme en 2019. L'association aussi suscite un « réel engouement » auprès des jeunes, en particulier chez les élèves des écoles d'agriculture, et a réussi à générer des relations « apaisées » et « constructives » avec les médias régionaux. Enfin, l'enquête menée en octobre 2020 auprès des Bretons montre que 65 % d'entre eux ont plutôt une « bonne image » de l'agriculture et 11 % une « mauvaise image ». 71 % d'entre eux pensent que les agriculteurs sont de plus en plus soucieux de l'environnement, 56 % ne sont « pas d'accord » avec l'agribashing alors que 26 % sont « d'accord » estimant que la majorité des agriculteurs reste encore sur des pratiques « critiquables ».

Formation

La communication positive, ça s'apprend !

Les 20 et 21 janvier, la FDSEA et les Jeunes Agriculteurs du Haut-Rhin (JA 68) organisent leur première session de formation sur la communication positive destinée aux agriculteurs et aux salariés agricoles. Deux jours pour apprendre à construire un argumentaire et, surtout, savoir l'exprimer avec calme et sérénité face à un public parfois hostile. En février, la Chambre d'agriculture proposera une autre formation sur la même thématique.

Nourrir le monde... et savoir lui parler. En coulisses, les agriculteurs s'organisent pour reconquérir ce terrain de la communication, laissé de côté pendant trop longtemps. En Alsace, la profession agricole a répondu à un appel d'offres de l'organisme de financement des formations agricoles Vivea qui entend soutenir les formations en « communication positive » destinées aux salariés et non salariés du milieu. « On a lancé cette initiative à l'échelle du Grand Est. L'idée est d'apprendre aux agriculteurs à bien communiquer. Quelle posture adopter ? Comment avoir un dialogue constructif ? Il faut permettre à chacun de construire un argumentaire solide », explique Michel Corbin, conseiller chez Vivea.

Une première session de formation (douze participants maximum), organisée par la FDSEA et les JA 68, est prévue les 20 et 21 janvier prochains à Sainte-Croix-en-Plaine. Elle sera animée par Jean-Jacques Prunier, expert en communication bien connu du réseau FNSEA. Le coût de cette première formation est intégralement pris en charge par Vivea et fera office de test pour les suivantes. Une deuxième formation organisée par la Chambre d'agriculture Alsace (CAA) est d'ores et déjà prévue les 15 et 16 février 2021 dans ses locaux à Schiltigheim. Intitulée « Mieux communiquer sur ses pratiques, projets et produits », elle est davantage destinée aux agriculteurs vendant en circuits courts, ayant un projet de méthanisation ou faisant de l'accueil à la ferme. Elle reste évidemment ouverte à tous les autres profils. Elle sera animée par Cora Klein, formatrice, coach, formatrice et clown. Son financement sera pris partiellement en charge par Vivea.

Rendre son métier plus « accessible »

Évidemment, le maintien de ces dates reste lié à l'évolution sanitaire. Les masques ne seront pas un frein au bon déroulement de ces



La communication positive a la vocation d'établir ou de rétablir un dialogue constructif entre le monde paysan et la société civile. © Laure Barrière - Ademe Éditions

formations, assure Laurence Bares, conseillère en formation à la CAA. « C'est sûr que c'est mieux sans. Mais même avec le regard, on peut faire passer pas mal de choses. Et puis l'intérêt de ces deux jours réside surtout dans la dynamique de groupe et dans des mises en situation. » Si un module « réseaux sociaux » est évidemment au programme, il ne constitue qu'une infime partie de la formation. Cette communication positive est une posture différente de la communication syndicale éprouvée depuis des décennies. Ici, il n'est pas question de se « défendre » ou de se justifier. L'agriculteur doit apprendre à rappeler le rôle essentiel de l'agriculture. « Et ça, il n'y a que l'agriculteur qui peut le faire, individuellement et collectivement », conclut Laurence Bares.

Contacts :
Pour la formation des 20 et 21 janvier à Sainte-Croix-en-Plaine : Agnès Sabat à la FDSEA 68 au 03 89 22 28 60 ou direction@fdsea68.fr, Geraldine Mann Bendele chez JA 68 au 03 89 22 28 26 ou ja68@orange.fr
Pour la formation des 15 et 16 février à Schiltigheim : Laurence Bares à la CAA au 03 89 20 97 44 ou par mail à laurence.bares@alsace.chambagri.fr

au Syl de l'actu...

