

## La campagne d'image «Proches de vous. Les paysans suisses.»

### Questions... et réponses !

#### **Pourquoi les familles paysannes suisses ont-elles besoin de publicité ?**

Comme la quasi-totalité des paysans dans le monde, les familles paysannes suisses font face à de nombreux défis. L'agriculture représente - malgré la production de denrées alimentaires vitales - un secteur à faible valeur ajoutée. Cela tient notamment aux structures de marché défavorables (où une foule d'offrants fait face à quelques acheteurs puissants) et aux coûts d'investissement et de production élevés. Les paysans suisses respectent des normes strictes en matière d'écologie et de protection des animaux, ce qui engendre des coûts encore plus importants. En outre, la topographie pose des limites à leurs possibilités de croissance. La réforme, en marche depuis 20 ans, ainsi que la baisse des prix à la production, avec des revenus décevants à la clé, entraînent une disparition progressive des exploitations paysannes qui ne sont plus qu'au nombre de 55 000 aujourd'hui. Elles ont fondu de moitié en l'espace de 30 ans. Les matières premières suisses n'ont un avenir que si elles sont appréciées à leur juste valeur et achetées au prix coûtant. Il faut aiguïser la conscience de la population pour qu'elle achète suisse et soit prête à payer un prix correct pour des denrées alimentaires produites ici.

#### **Pourquoi la population ne sait-elle que peu de choses sur l'agriculture aujourd'hui ?**

Alors qu'autrefois une grande partie de la population travaillait dans l'agriculture ou en était proche, le secteur primaire occupe à peine 3 % des actifs aujourd'hui. Plus de 75 % de la population vit désormais en ville ou dans les agglomérations et n'a guère l'occasion d'être en contact direct avec la production du secteur primaire. D'où une ignorance des prestations particulières de l'agriculture ou encore de la saisonnalité des produits. La campagne d'image « Proches de vous. Les paysans suisses. » veut combler ce fossé entre ville et campagne.

#### **Quels sont les objectifs de « Proches de vous. Les paysans suisses. » ?**

L'objectif est de tisser des liens entre ville et campagne, de renforcer la confiance dans l'agriculture indigène et de promouvoir l'achat des produits. Les consommateurs doivent prendre conscience de l'origine des denrées alimentaires et de tout ce qui est nécessaire pour mettre à disposition cette offre de grande qualité. « Proches de vous. Les paysans suisses. » veut rendre visibles les prestations des familles paysannes pour la société et, ainsi, rappeler l'importance de l'agriculture pour notre pays.

#### **A quoi ressemblait la publicité jusqu'ici ?**

Depuis 1998, « Proches de vous. Les paysans suisses. » fait de la publicité pour les prestations de l'agriculture au moyen d'affiches et, à deux occasions, de spots télévisés. En 2006, des agences ont participé, sur concours, au projet de renouvellement de la campagne. Des sondages ont montré que près de 100% des gens associent la chemise edelweiss à l'agriculture : elle est donc devenue, avec son célèbre motif, le symbole caractéristique et le dénominateur commun des divers projets de la campagne. Au cœur de cette nouvelle campagne : des affiches et des annonces, sur lesquelles des personnalités de l'économie, du sport, de la culture et du show-biz portent la chemise edelweiss pour soutenir les paysans.

Après cinq ans, un renouvellement s'est imposé avec des paysannes et des paysans au premier plan, les professionnels de la terre expliquant eux-mêmes le travail qu'ils accomplissent pour la population suisse. Dans quatre spots télévisés humoristiques, tournés sous la direction de Bettina Oberli, les paysans mettent en avant tout l'éventail de leur savoir-faire, que ce soit en tant que botaniste (biodiversité), expert en pré-noms (élevage respectueux de l'espèce), chef du rayon fraîcheur (production de denrées alimentaires de qualité) ou architecte du paysage (entretien du paysage).

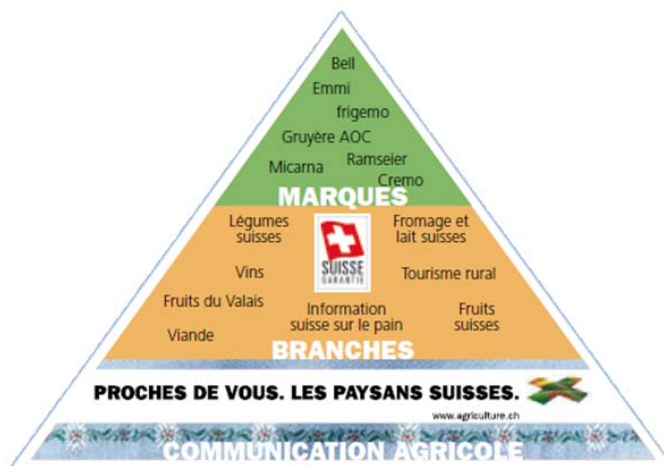
## Pourquoi est-ce maintenant le tour des animaux ?

Les 55'000 exploitations agricoles du pays abritent près de 14 millions d'animaux de rente (bétail bovin, porcs, chevaux, moutons et chèvres, volaille) et beaucoup d'autres animaux vivent autour des fermes. Tous font partie intégrante de la vie des familles paysannes. Ces animaux sont donc directement concernés et se trouvent, en quelque sorte, toujours aux premières loges pour témoigner sur le travail des paysans. C'est pourquoi la campagne illustre de façon sympathique ce que les animaux pourraient nous raconter.

Les animaux de rente, les animaux domestiques et sauvages qui vivent à la ferme ou dans les environs sont ainsi prédestinés à livrer leur témoignage. Et, à la différence des célébrités, les animaux ne divisent pas l'opinion, ils passent bien dans toutes les langues et régions du pays, ne demandent pas de cachets et ne présentent pas de risques quant à leur réputation. De plus, il est notoire que la publicité avec des animaux attire davantage l'attention et la sympathie. Presque tout le monde aime les animaux et, humanisés avec la chemise edelweiss, ceux-ci sont certains de focaliser les regards.

## Il y a déjà beaucoup de publicité agricole. La communication de base est-elle vraiment indispensable ?

La campagne d'image de « Proches de vous. Les paysans suisses. » s'inscrit dans un modèle à trois niveaux : communication de base, communication de branche, publicité des produits et des marques. Les mesures et les activités sont complémentaires. La communication de base pose le cadre pour développer la compréhension à l'égard des prestations liées à l'agriculture et pour améliorer les ventes de produits indigènes. En mettant en avant la valeur ajoutée qui est commune à toutes les denrées alimentaires produites en Suisse.



## Pour quelles prestations des familles paysannes la campagne fait-elle de la publicité ?

**Production de denrées alimentaires de qualité :** quelques exemples de prestations liées aux produits que fournissent les paysans : la production saisonnière, la production raisonnée et proche de la nature, la traçabilité, davantage de fraîcheur grâce à des circuits courts, des denrées alimentaires saines grâce à des animaux sains et des lois sévères et bien contrôlées.

**Élevage respectueux du bien-être animal :** quelques exemples de prestations en faveur des animaux de rente : notre nouvelle loi sur la protection des animaux, parmi les plus sévères au niveau international, leur garantit un espace suffisant et recouvert de paille ainsi qu'une activité conforme aux besoins de l'espèce ; le contrôle permanent de la santé animale, le programme SRPA pour des sorties régulières en plein air, le programme SST pour des systèmes de stabulation particulièrement respectueux des animaux, les fourrages riches en fibres brutes pour les veaux, l'interdiction des élevages de poules en batterie.

**Préservation de la biodiversité :** quelques exemples de prestations pour préserver la biodiversité : un mode de production qui ménage de manière générale les sols et l'environnement, 7% de surfaces de compensation écologique sous forme de prairies maigres, de haies, d'ourlets, de jachères florales, de

vergers ou de murgiers, la promotion des arbres haute tige et des labels plus exigeants comme IP Suisse ou le Bourgeon.

**Ménagement des ressources naturelles** : quelques exemples de prestations en faveur de la protection de l'environnement : les prestations écologiques, requises de la part de tous les agriculteurs, incluant un bilan de fumure équilibré, un assolement régulier, une protection adéquate des sols en hiver, une sélection et une application ciblées de produits phytosanitaires, ainsi que des exigences concernant les semences, les plants et les zones tampons. En outre, la production suisse n'utilise pas de plantes génétiquement modifiées et renonce aussi volontairement au génie génétique dans les aliments pour animaux. Toujours à titre volontaire, elle n'utilise que du soja certifié de production écologique durable. Plus de 10% des surfaces sont exploitées en bio, ce qui signifie que les producteurs ne recourent qu'à des engrais et des produits phytosanitaires naturels.

**Entretien du paysage** : La beauté de nos paysages cultivés et entretenus par les agriculteurs et les viticulteurs - prairies, champs, vergers, vignobles... -, est reconnue dans le monde entier. C'est un atout pour le tourisme mais aussi pour notre population férue de promenades à la campagne et d'excursions en tout genre. D'ailleurs, dans les Préalpes et les Alpes, c'est grâce à l'agriculture qu'il existe des accès, comme des chemins et des routes, et que la forêt n'envahit pas tout, les alpages étant régulièrement entretenus.

#### **Les affiches ne suffiront pas. Quelles sont les autres mesures prévues ?**

- Présence aux foires : la campagne « Proches de vous. Les paysans suisses. » participe à tous les grands rendez-vous, ainsi qu'à beaucoup de petites foires et expositions.
- Projets scolaires : de l'école enfantine aux degrés supérieurs, il existe des offres permettant aux élèves de se rendre dans des fermes ou de faire venir des paysannes et paysans dans les écoles pour informer sur l'agriculture.
- Brunch à la ferme du 1er Août : à l'occasion de la Fête nationale, la population est invitée à savourer un brunch organisé par des familles paysannes de tout le pays. Quelque 150 000 personnes sont accueillies dans plus de 350 exploitations chaque année.
- Visites d'étables : toute l'année, quelque 300 fermes ouvrent leurs portes aux consommateurs à des horaires réguliers, pour les informer sur l'élevage de vaches, les modes de production de lait ou de viande ainsi que sur la traçabilité.
- L'espace en ligne dédié à la vente directe « A la ferme » : [www.a-la-ferme.ch](http://www.a-la-ferme.ch)
- Le site web [www.agriculture.ch](http://www.agriculture.ch)
- Brochures et documents d'information
- Matériel publicitaire
- Projets complémentaires: les sections cantonales de l'USP réalisent toutes sortes de projets sous la même identité visuelle, comme la Fête des moissons (Sichlete) à Berne ou la Fête des vendanges à Neuchâtel...

#### **Combien coûte la campagne et qui la finance ?**

La campagne « Proches de vous. Les paysans suisses. » placée sous l'égide de l'Union suisse des paysans dispose d'un budget annuel de 4,4 millions de francs pour toutes les mesures. Près d'un demi-million de francs est investi pour la publicité dans les médias. Le reste est réparti entre les nombreux autres projets. Les moyens financiers proviennent des familles paysannes suisses, par l'intermédiaire des chambres cantonales d'agriculture et des organisations sectorielles. Par ailleurs, des entreprises privées parrainent aussi des projets partiels. En vertu de l'ordonnance sur la promotion des ventes, l'Office fédéral de l'agriculture soutient le financement, en doublant chaque franc mis à disposition par les agriculteurs et les sponsors privés.