
Compréhension des attentes citoyennes pour organiser des visites d'élevages sereines et attractives

Phase de diagnostic : Quelles sont les attentes et les propositions des citoyens envers les visites d'élevage ?

Projet étudiant réalisé par des étudiantes de l'Institut Agro Rennes-Angers commandité par le LIT Ouesterel

*Écrit par Pauline Bourzeix, Naomi Lemonnier, Julia Martin & Léa Menigault
Encadré par Sophie Brajon, Vanessa Lollivier & Lucile Montagne
M2 Ingénieur Agronome - Science et Ingénierie des Productions animales*

Sommaire

Liste des abréviations	3
Liste des figures	3
Liste des tableaux	3
Introduction	4
I. Visites en élevage, qu'en est-il actuellement ?	5
1. Des exploitations déjà impliquées dans l'accueil du public	5
2. Un public de visiteurs varié selon les fermes	6
3. Une visite guidée avec de multiples possibilités d'animation	6
4. La visite comme moyen de réconciliation entre les éleveurs et les citoyens	7
II. Nos hypothèses de travail	7
III. Matériels et méthodes	8
1. Élaboration du questionnaire	8
1.1. Personnes ressources rencontrées	8
1.2. Création du questionnaire répondant aux hypothèses	8
1.3. Diffusion du questionnaire	9
2. Analyse des réponses obtenues	10
2.1. Analyse graphique	10
2.2. Analyse statistique	10
III. La visite d'élevage idéale existe-t-elle vraiment ?	11
1. Caractérisation de l'échantillon	11
2. Relation des citoyens avec le monde de l'élevage	12
3. Quelles sont les grandes tendances organisationnelles qui se dégagent ?	13
3.1. L'organisation en amont de la visite	13
3.2. Ce qu'il faudrait réaliser et aborder durant la visite	15
4. Visiter, oui ! Mais à quel prix ?	17
5. La présence des enfants pour le type de visite idéale	18
IV. Conclusion & perspectives du projet	19
Bibliographie	22
Annexes	23
Annexe 1 : Tableau des hypothèses effectuées grâce aux recherches bibliographiques, associées aux questions de l'enquête qui permettent de les vérifier	23
Annexe 2 : Questionnaire établi pour recueillir les attentes des citoyens sur les visites d'élevage ainsi que leurs éventuelles expériences passées	25
Annexe 3 : Tableau des réponses concernant la visite idéale en fonction du consentement à payer déclaré	29
Annexe 4 : Tableau des sujets, animations et activités à réaliser lors d'une visite en élevage selon si les questionnés ont des enfants ou non	31

Liste des abréviations

ACM : Analyse en composante multiple
CA : Chambre(s) d'agriculture
CSP : Catégorie(s) socioprofessionnelle(s)
JPO : Journées portes ouvertes
PCS : Professions et catégories socioprofessionnelles

Liste des figures

Figure 1 : Fréquentation mensuelle des fermes visitées par le public
Figure 2 : Répartition des différentes catégories socioprofessionnelles des répondants
Figure 3 : Préférences des personnes interrogées sur les modalités et la durée de la visite
Figure 4 : Animations et activités idéales proposées par les personnes enquêtées
Figure 5 : Les sujets indispensables à aborder dans le cadre d'une visite idéale
Figure 6 : Répartition des gammes de consentement à payer des personnes interrogées

Liste des tableaux

Tableau 1 : Caractéristiques de l'échantillon étudié ($n=464$)

Introduction

Dans un contexte global de tensions entre agriculture et société, et de remise en question des pratiques agricoles, il est plus que nécessaire de réconcilier les citoyens avec l'élevage et les éleveurs. Des thématiques comme le bien-être animal, l'impact environnemental des pratiques et des modes d'élevage s'inscrivent de plus en plus au centre des préoccupations des consommateurs (ROGUET, 2018). Pourtant, une fracture subsiste entre les préoccupations et les actions réellement mises en place par les consommateurs, pour lesquels le critère principal de choix reste souvent le prix. L'engagement de chacun sur ces thématiques dépend de convictions personnelles, qui influencent ensuite les actions et les choix. Il existe 5 profils de citoyens, définis par DELANOUE *et al.* (2017) selon leur intérêt pour l'élevage et leur remise en question ou non des pratiques associées. La répartition de la population au sein de ces profils évolue au cours du temps et la proportion de citoyens concernés par la question de l'élevage s'accroît. Les visites d'élevages apparaissent alors comme une bonne opportunité de s'informer sur l'élevage, même si le public semble majoritairement déjà convaincu ou sensibilisé (GRANNEC et ROGUET, 2017). Les élevages proposant des visites demeurent limités, alors que la demande augmente pour l'achat via des circuits courts et des magasins fermiers, ainsi que pour le développement des loisirs liés à l'agriculture (Consultation nationale 'Agir pour mieux manger', 2019). Plusieurs constats montrent qu'une partie des citoyens reste détachée de la réalité de l'élevage malgré un intérêt pour la filière, alors même que les éleveurs ouvrent de moins en moins leurs portes, par peur des réactions des visiteurs (LIT Ouesterel). Les visites en élevage constituent pourtant un moyen efficace et essentiel pour montrer en toute transparence les conditions d'élevage et la réalité du métier d'éleveur, parfois remises en question lors des scandales (Sommet de l'élevage, 2022).

L'association LIT Ouesterel est un laboratoire vivant dont le siège est situé à Nantes, et ancrée dans les territoires du Grand Ouest (Bretagne, Normandie et Pays de la Loire). Leur objectif principal est de créer une dynamique forte autour des problématiques concernant l'élevage et l'agriculture, pour revaloriser ce secteur dont l'image a pu souffrir. Leurs actions visent à co-construire avec les différents acteurs de la filière, jusqu'aux consommateurs, des solutions innovantes, notamment en matière de santé et de bien-être animal. Pour répondre à ces objectifs, l'association a lancé une étude fin d'été 2022 pour retisser des liens plus solides entre l'élevage et la société en réimaginant les visites d'élevage. Le LIT a sollicité l'Institut Agro pour participer à leur projet d'élaboration d'un guide d'organisation de visites d'élevages sereines et attractives qui répondent au mieux aux besoins des citoyens.

Le projet proposé par le LIT est scindé en deux parties : une partie qui concerne les citoyens, pour comprendre leurs besoins et les freins éventuels ayant trait aux visites en élevage, puis une seconde partie qui concerne les éleveurs afin de les guider au mieux dans l'organisation des portes ouvertes de leur exploitation. Notre groupe se consacre à la partie "visiteurs", et réalise donc une enquête auprès des citoyens, en parallèle un second groupe travaille auprès des éleveurs. Nous participons à la phase de diagnostic du projet, dont l'objectif est de recueillir les attentes des citoyens pour une visite d'exploitation agricole pédagogique et attractive, leurs éventuelles expériences passées de visite d'élevage ainsi que leurs

conseils et idées pour réaliser au mieux ces visites. Les résultats sont communiqués au LIT OuestereL, et l'association poursuivra le projet par la création de guides. Ces guides, à destination à la fois des agriculteurs et des visiteurs, permettront d'organiser et de réaliser sereinement ces visites. Nous avons choisi de répondre à la question suivante :

Réconcilier la société avec l'élevage :

Quelles sont les attentes des citoyens envers les visites d'exploitation ?

Dans un premier temps et sur la base de recherches bibliographiques, nous réaliserons une enquête auprès d'un public non-agricole. Nous décrirons les caractéristiques de l'échantillon étudié, puis nous explorerons les retours des interrogés sur leurs expériences passées en élevage. Enfin, nous chercherons à comprendre la façon dont une visite en élevage se déroule pour qu'elle soit idéale selon les citoyens. Nous croiserons les attentes des citoyens avec les visions des "éleveurs", recueillies par le groupe qui travaille en parallèle du notre.

I. Visites en élevage, qu'en est-il actuellement ?

Le développement des visites en exploitation agricole pour le grand public passe par l'essor de l'agritourisme ces dernières années (DUBOIS et SCHMITZ, 2011). L'agritourisme apparaît officiellement en Italie au cours des années 1985, lorsque les agriculteurs font face à d'importantes difficultés financières et cherchent donc un complément de revenus (HISOUR, 2021). Ce nouveau type de tourisme englobe toutes les activités d'accueil de public non agricole sur une exploitation. Il répond d'abord à une pression économique et sociale subie par les agriculteurs et donc le besoin de pérenniser leur exploitation (GETZ et CARLSEN, 2000). Ces dix dernières années, on observe aussi une volonté des agriculteurs de contribuer à l'économie locale, territoriale et relancer un dynamisme rural en ouvrant leurs portes aux citoyens (DUBOIS et SCHMITZ, 2011). Ces portes ouvertes sont l'occasion pour le public de trouver une réponse à leurs questions sur le monde agricole et d'apprendre à mieux connaître le terroir régional (DUBOIS et SCHMITZ, 2011 et GETZ et CARLSEN, 2000).

1. Des exploitations déjà impliquées dans l'accueil du public

La découverte du milieu agricole à travers une sortie ludique aide à sensibiliser le public au quotidien agricole. Dans cet objectif, des réseaux d'agriculteurs se développent pour proposer des visites de ferme tout public. Le réseau *Bienvenue à la ferme*, créé il y a 35 ans et soutenu par les Chambres d'Agriculture, offre la possibilité de se rendre dans 900 fermes réparties à travers toute la France pour faire des visites (Bienvenue à la ferme, 2020). Ces visites sont souvent liées à la vente des produits de l'exploitation en direct sur la ferme, puisque le réseau soutient aussi près de 5 000 points de vente en circuit court et aide à l'installation de nouveaux magasins de producteurs en direct à la ferme (Bienvenue à la ferme, 2020). Aujourd'hui, *Bienvenue à la ferme* rassemble plus de 8 000 agriculteurs sur le territoire français.

De son côté, l'association *Agriculteurs de Bretagne* réunit près de 3 450 agriculteurs et 171 organisations professionnelles agricoles parmi ses adhérents (Agriculteurs de Bretagne, 2022). L'association encourage les éleveurs à accueillir du public pour des visites courtes (entre 1 h et 1h30) et des groupes restreints. Le format des visites est laissé au choix des agriculteurs qui la réalisent, afin de leur offrir un maximum de souplesse (Agriculteurs de Bretagne, 2022). Il peut s'agir de fermes pédagogiques ou d'exploitations agricoles classiques qui décident de proposer la visite de leur site. Depuis 2018, *Agriculteurs de Bretagne* organise une fois par an des journées portes ouvertes, appelées "Tous à la ferme !" pour toucher un public plus large (Agriculteurs de Bretagne, 2022).

Les événements agricoles comme le Sommet de l'Élevage sont aussi l'occasion pour les exploitations d'ouvrir leurs portes au public et de pouvoir bénéficier d'un encadrement professionnel pour les animations et l'organisation réglementaire de l'accueil du public (Sommet de l'Élevage, 2022).

2. Un public de visiteurs varié selon les fermes

Les visites d'élevage attirent un public très varié : les familles en sortie ou en vacances, les groupes scolaires (de la maternelle au lycée et à l'enseignement supérieur concerné par l'agriculture), les groupes de personnes âgées et les centres de loisirs (CA Normandie, 2022). Le public varie selon les offres proposées par l'exploitation agricole : par exemple, les fermes découvertes attirent beaucoup de familles avec des enfants ou de personnes qui ont des proches issus du milieu agricole (Ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire, 2022).

Pour trouver les exploitations à visiter ou sur lesquelles passer des vacances, le public a une diversité de sites internet et de blogs à sa disposition. Il peut aussi s'appuyer sur les associations *Bienvenue à la ferme*, *Agriculteurs de Bretagne*, les Chambres d'Agriculture ou encore *Accueil Paysan* qui rassemblent une grande variété d'offres proposées par des centaines de fermes et d'agriculteurs (Ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire, 2022). Dans les faits, le choix de l'exploitation visitée est majoritairement déterminé par sa proximité géographique avec le lieu de vie ou de vacances (44 %), la présence de vente directe sur place (22 %) ou le fait de connaître l'éleveur (14 %) (GRANNEC et ROGUET, 2017).

3. Une visite guidée avec de multiples possibilités d'animation

Généralement les portes ouvertes d'exploitation comprennent une visite guidée afin d'apporter des informations sur les différentes activités auxquelles prend part l'agriculteur. Les thèmes abordés sont alors très diversifiés : mode de vie des animaux, fabrication des produits (qu'ils soient produits sur la ferme ou en usine), les productions végétales, maraîchères et arboricoles ou encore le métier de l'agriculteur de façon générale (Bienvenue à la ferme, 2022). Les visites peuvent durer entre une heure et une demi-journée selon l'offre proposée par l'exploitant (Bienvenue à la ferme, 2022 ; Agriculteurs de Bretagne, 2022).

La plupart des visites d'exploitation ont lieu en été, puisque la période de vacances est propice à ce genre d'évènements en famille ou en fin d'année scolaire pour les groupes d'école (Figure 1). *Bienvenue à la ferme* propose aussi des quinzaines quatre fois par an, au cours desquelles les exploitations agricoles

ouvrent leurs portes toutes en même temps (FOUQUAIS, 2022). Ces campagnes de visites permettent d’allier et de multiplier les moyens de communication autour de celles-ci et d’attirer plus de visiteurs.

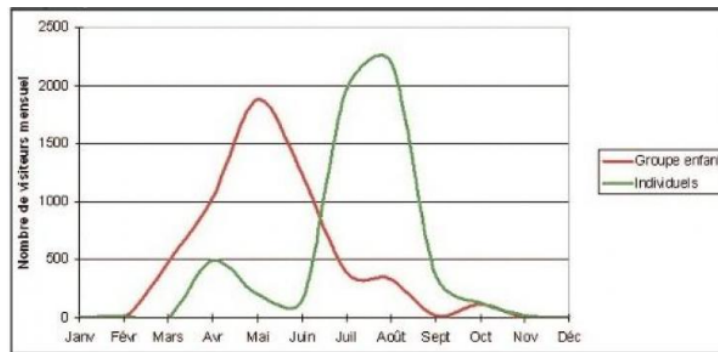


Figure 1 : Fréquentation mensuelle des fermes visitées par le public (LUCAS et LAMBERT, 2012)

4. La visite comme moyen de réconciliation entre les éleveurs et les citoyens

La relation entre l'élevage et la société est complexe et le débat entre les deux partis est souvent agité puisque certaines positions soutenues peuvent s'avérer extrêmes. De nombreuses controverses agitent régulièrement l'agriculture française, et le projet ACCEPT réunissant les trois instituts techniques de l'élevage a pour objectif de recenser ces mouvements de société et d'y apporter des explications scientifiques (MAGDELAINE et al., 2018). Ce projet CASDAR montre l'ampleur de l'impact que ces controverses ont à la fois sur la société et sur les filières agricoles.

Bien qu'à l'origine les visites d'exploitation n'aient pas été développées dans ce but, la transparence qu'elles impliquent aide aussi le public non agricole à mieux s'informer, à mieux connaître et à mieux comprendre les modes de production (Bienvenue à la ferme, 2022). Les visites sont l'occasion pour les agriculteurs de présenter leur métier, les animaux et la charge de travail que cela représente. Un lien se crée entre l'exploitant et ses visiteurs, ce qui permet généralement d'améliorer l'image des filières, notamment animales, auprès du public (GRANNEC et ROGUET, 2017). L'essor de ces visites apaise aussi les débats, qui peuvent alors se faire dans un milieu convivial plus propice au dialogue (SIMON, 2022).

II. Nos hypothèses de travail

Sur la base des recherches bibliographiques, plusieurs hypothèses sur le profil des visiteurs, leurs attentes et l'organisation des visites souhaitées sont établies.

Les citoyens visitant des élevages sont déjà sensibilisés et concernés par le monde agricole, par les modes de productions et par l'écologie (BROUSTEY, 2021). Leur niveau de connaissances sur ces filières reste cependant faible (COTY et al., 2017) et leurs préoccupations sont tournées vers le bien-être animal, le plein air et l'environnement. Ils cherchent à enrichir leurs connaissances sur l'agriculture et la commercialisation des produits (DELANOUE et al., 2018).

Les visites organisées sont souvent gratuites (DELABRE, 2015, SIMON, 2022) et peuvent inclure une dégustation des produits de la ferme (MOREAU, 2018). D'autres activités telles que la visite explicative de l'exploitation (MOREAU, 2018) et des animations notamment auprès des animaux (SIMON, 2022) sont

proposées. Les visiteurs souhaitent que les explications abordent le contexte de l'exploitation, ses potentiels avantages et inconvénients et son lien dans la filière (MOREAU, 2018 ; CAVALLI, nd). Il semble aussi essentiel de présenter la journée type de l'éleveur. Il faut donc que la visite soit présentée par l'éleveur lui-même (CAVALLI, nd ; MOREAU, 2018). Les visites ont principalement lieu le week-end pour les familles et en semaine pour les sorties scolaires (SIMON, 2022).

L'ensemble de nos hypothèses et les questions posées dans le questionnaire sont présentées en annexe 1.

III. Matériels et méthodes

1. *Élaboration du questionnaire*

1.1. *Personnes ressources rencontrées*

Les recherches bibliographiques effectuées sont étayées par des entretiens auprès de quatre personnes ressources, dont les deux premières sont spécialisées dans les visites d'élevage :

- **Mathieu Simon**, chef de projet communication chez Agriculteurs de Demain ;
- **Marie-Paule Fouquin**, chef de projet Agritourisme pour Bienvenue à la Ferme et au sein de la Chambre d'Agriculture de Bretagne ;
- **Elsa Delanoue**, sociologue à l'IDELE, l'IFIP et l'ITAVI. Elle a travaillé sur le projet ACCEPT (DELANOUE *et al.*, 2018) et la catégorisation des profils des citoyens par rapport à leurs opinions sur le monde agricole ;
- **Hervé Guyomard**, Directeur de recherche à INRAE et Président de l'association LIT Ouesterel.

Ces entretiens sont sources d'informations supplémentaires pour soutenir les hypothèses. Les expériences de ces personnes permettent d'enrichir les résultats obtenus via le questionnaire, et de mieux analyser les réponses recueillies.

1.2. *Création du questionnaire répondant aux hypothèses*

Suite aux hypothèses émises, un questionnaire à destination des citoyens est créé (Annexe 2). L'ensemble des questions sont rassemblées en quatre parties distinctes :

- **Caractéristiques du questionné** : genre, tranche d'âge, enfants, lieu d'habitation (la taille de la ville de résidence a été prise en compte afin de catégoriser le répondant comme rural, citadin ou péri-urbain), milieu d'origine, catégorie socio-professionnelle (CSP) en utilisant la nomenclature PCS de l'INSEE.

L'objectif est de caractériser au mieux l'échantillon et d'identifier si des réponses sont spécifiques à certains types de population.

- **Connaissances sur le milieu agricole** : estimation du niveau personnel sur une échelle de 1 à 10, recherche d'autres informations, sources d'informations préférentielles, est-ce que la visite d'un élevage permettrait d'enrichir leurs connaissances.

L'objectif était d'évaluer les connaissances du questionné concernant le monde agricole et de mieux appréhender le type de connaissances qu'il possède, selon ses sources et ses envies d'en savoir plus sur ces filières.

- **Expérience(s) passée(s) en visite d'élevage :**

- Si le questionné a fait au moins une visite dans un élevage : le nombre de visites réalisées, date de la dernière visite, les motivations qui l'ont poussé à faire cette visite, où il en a eu connaissance, type d'élevages visités (espèce, plein air, bâtiment), satisfaction après ces visites, ce qui a le plus et le moins plu ;
- Si le questionné n'a jamais fait de visite d'élevage : quelles sont les raisons, est-ce qu'il souhaiterait visiter un élevage et pour quelles raisons.

L'objectif était ici de connaître les éventuelles expériences des questionnés, et d'observer ce qui plaît ou non aux citoyens. Ceci aidera à mieux cerner ce qu'il faut maintenir et ce qu'il faut améliorer pour mieux répondre aux attentes exprimées. Pour ceux qui n'en ont pas visité, il est aussi important de savoir quelles sont leurs raisons et s'ils seraient tentés par une visite. Ces personnes sont particulièrement intéressantes car elles constituent les cibles prioritaires du projet du LIT Ouestereel. En effaçant certains freins, les visites pourraient devenir plus attractives pour cette catégorie de la population.

- **La visite d'élevage idéale selon le questionné :**

- L'élevage : type d'élevage (espèce souhaitée, élevage en plein air ou en bâtiment) ;
- Le moment et le lieu de la visite: la période (vacances ou non, en semaine ou le week-end, le matin ou l'après-midi), le temps de trajet pour aller à l'élevage, avec quelles personnes le questionné souhaite faire la visite (famille, amis...), le mode de réservation, le besoin ou non de recevoir des informations sur la ferme en amont de la visite ;
- L'organisation de la visite : visite guidée ou en autonomie, qui est le guide, visite en groupe ou individuelle, taille du groupe, durée de la visite ;
- Points à aborder et à réaliser au cours de la visite : sujets incontournables à aborder lors de la visite, animations et activités souhaitées, potentiels points de vigilance pour l'organisation de la visite ;
- Fin de la visite : souhait de partir avec quelque chose après la visite (synthèse, échantillon de produits), consentement à payer pour cette visite (activités comprises).

Cette partie est composée de questions plus techniques sur la visite idéale selon les personnes interrogées, avec des questions ouvertes afin de recueillir un maximum de matière venant des questionnés sans les influencer.

1.3. Diffusion du questionnaire

Le questionnaire est diffusé sur internet via plusieurs canaux (réseaux sociaux, mails...). L'objectif était d'obtenir un minimum de 400 réponses afin d'avoir des résultats exploitables et un échantillon statistiquement représentatif de la population française. Nous avons fait le choix de diffuser le questionnaire

via nos réseaux personnels, les réseaux personnels de l'ensemble des étudiants et enseignants de l'Institut Agro Rennes-Angers ainsi que les réseaux privés des membres du LIT Ouesterel. La cible de cette enquête est des citoyens qui ne sont pas issus du monde agricole. Nos réseaux personnels étant orientés vers l'agronomie, nous devons éviter d'avoir une sur-représentation d'une classe de la population, ce qui pourrait biaiser les réponses obtenues. Nos différentes sollicitations précisent le type de public à qui s'adresse le questionnaire, ce qui permet de toucher des personnes hors de nos cercles personnels.

Le questionnaire est aussi soumis aux passants du centre ville de Rennes lors d'une session de deux heures, par binôme. L'objectif est d'augmenter le nombre de réponses pour atteindre l'objectif et de se rendre compte de la façon dont les personnes perçoivent les questions posées. Cela permet de faire une analyse critique sur certaines questions, et d'avoir un retour direct des personnes interrogées qui peuvent être plus enclines à discuter de certains aspects en face-à-face.

2. Analyse des réponses obtenues

2.1. Analyse graphique

Les réponses obtenues concernant les trois premières parties du questionnaire (caractéristiques du questionné, ses connaissances du milieu agricole et ses expériences passées en élevages) sont analysées graphiquement. Certaines questions ont une réponse "autre" possible, ce qui permet au répondant de s'exprimer sur un point qui n'est pas mentionné dans les possibilités de réponses. Ces réponses supplémentaires sont regroupées en réponses communes lorsque les idées des différents questionnés étaient similaires mais non écrites de la même manière. Les questions ouvertes avec des réponses libres courtes ou des mots clés sont traitées de la même manière. Suite à cela, les analyses graphiques sont réalisées sous forme de graphiques en secteurs et d'histogrammes. Les réponses ouvertes sont analysées via des nuages de mots, tout comme les questions ouvertes sur l'organisation (animations et activités) de la visite idéale.

Des analyses graphiques et statistiques sont réalisées sur les questions fermées de la partie sur la visite idéale. Cela permet d'observer les tendances principales sur les attentes pour les visites d'élevage, sans chercher à regarder s'il y a des visites types qui se dégagent.

2.2. Analyse statistique

Les questions fermées à propos de l'organisation de la visite idéale sont analysées par une analyse en composante multiple (ACM réalisée sur *Rstudio*, package *Rmarkdown* et interface *Factoshiny*). L'objectif est ici de comprendre s'il y a des visites idéales types qui ressortent de l'échantillon étudié, en prenant compte les caractéristiques des individus (âge, CSP, lieu d'habitation, enfants ou non...). Ces variables dites illustratives sont confrontées aux variables actives de notre choix, notamment sur l'espèce animale préférée ou encore la période de visite idéale (vacances, jour de la semaine).

III. La visite d'élevage idéale existe-t-elle vraiment ?

Les ACM réalisées sur ces données n'ont pas donné de résultats intéressants. Nous avons donc choisi de ne pas les intégrer au rapport et de nous tenir à des analyses statistiques directement sur les données brutes.

1. Caractérisation de l'échantillon

Nous avons obtenu 464 réponses au questionnaire en 4 semaines de diffusion. L'ensemble des caractéristiques sont présentés dans le tableau 1. Les femmes apparaissent largement majoritaires, représentant 70 % de l'échantillon. Le panel des répondants est majoritairement jeune, avec quasiment 40 % de 18-25 ans. Les plus de 66 ans, difficiles à atteindre via nos canaux de diffusion (notamment les réseaux sociaux), et les mineurs sont sous-représentés, correspondant respectivement à 6 % et 1,7 % des répondants. Les plus de 66 ans ont cependant pu être interrogés lors de l'après-midi d'enquête sur le terrain. Le questionnaire a réussi à toucher les familles, puisque 44 % des répondants ont des enfants.

Tableau 1 : Caractéristiques de l'échantillon étudié ($n = 464$)

	Nombre					
Total	464					
Genre	Femme		Homme		Non précisé	
	326		132		6	
Âge (année)	-18	18-25	26-35	36-50	51-65	+66
	7	184	67	76	102	28
Enfant(s)	Un enfant ou plus			Pas d'enfant		
	204			260		
Lieu de vie	Village		Petite ville	Ville moyenne	Grande ville	
	105		129	110	120	
Origine	Milieu rural		Milieu urbain		Milieu agricole	
	212		210		42	
Catégorie socio-professionnelle :	Agriculteurs exploitants		Artisans, commerçants, chefs d'entreprises		Cadres et professions intellectuelles supérieures	
	3		16		109	
	Professions intermédiaires		Employés		Ouvriers	

	31	87	8
	Retraités	Étudiants	Autres personnes sans activité professionnelle
	42	154	14

Concernant le milieu d'origine, 9 % des répondants proviennent d'une famille d'agriculteurs ou dans le milieu de l'agriculture, les autres étant répartis équitablement entre ruraux hors milieu agricole et urbains. Les réponses appartiennent en effet à des habitants des villages (moins de 2000 habitants) jusqu'aux grandes villes de manière assez équilibrée (environ 25 % pour chaque type d'habitation).

Un tiers de l'échantillon est dans la catégorie étudiant (figure 2), ce qui est cohérent au vue de la surreprésentation de la tranche d'âge 18-25 ans. Les deux autres CSP les plus présentes sont les cadres et les employés. Cette forte représentation peut être due aux réseaux utilisés, notamment les réseaux privés des enseignants qui sont dans cette première CSP. Cette majorité d'étudiants répondant au questionnaire est une force, puisque ce sont les consommateurs de demain et leur vision de l'élevage est importante pour le futur. C'est la tranche de population qu'il faut réconcilier avec l'élevage en priorité.

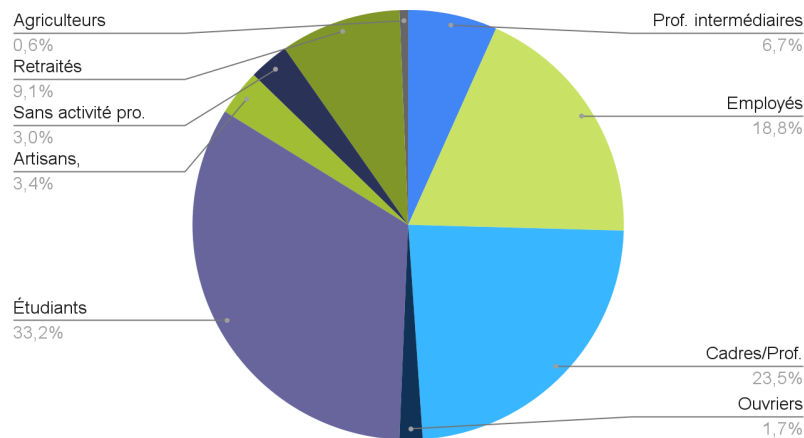


Figure 2 : Répartition des différentes catégories socioprofessionnelles des répondants ($n=464$)

2. Relation des citoyens avec le monde de l'élevage

Les citoyens ont estimé leurs connaissances du milieu agricole sur une échelle de 1 à 10 (1 = niveau faible, 10 = niveau expert). Lors de l'après-midi réalisée sur le terrain, nous nous sommes rendues compte que des personnes pouvaient mal estimer leur niveau de connaissances (à la fois des sur-notations et des sous-notations). Nous avons estimé que cela avait pu être similaire pour les personnes ayant répondu en ligne. Nous n'avons donc pas exploité cette variable, les réponses semblant trop subjectives.

Presque 70 % des interrogés ont déjà effectué une visite en élevage par le passé. Ces personnes sont peut-être davantage sensibilisées au monde agricole. Cette proportion peut s'expliquer du fait que les personnes souhaitent répondre peut-être préférentiellement à des sondages auxquels le sujet les intéresse.

Parmi ceux qui ont déjà visité un élevage, 91 % d'entre eux déclarent avoir été satisfaits de leur visite. Certains se sont sentis *“rassurés sur la condition animale”* et une majorité a apprécié la *“passion dont a fait preuve l'éleveur pendant la présentation de son travail”*. Les 8% qui ne sont pas entièrement satisfaits, et les 1% complètement insatisfaits évoquent la plupart du temps des conditions d'élevage qui ne respectent pas suffisamment le bien-être animal. Les visites se sont déroulées entre 6 mois et 5 ans avant l'enquête pour 47 % des interrogés, et le nombre d'élevages visités varie entre 1 et 5 pour 67 % d'entre eux. La transparence dont les éleveurs ont fait preuve pendant les visites est très largement appréciée par les visiteurs, bien que certaines personnes aient été bousculées par l'expérience de visite qu'elles ont vécue et par la réalité du système d'élevage qu'elles ont découvert. Les visites semblent donc être un moyen efficace pour recréer un lien entre éleveurs et citoyens.

Les citoyens ayant déjà visité un élevage ont pour la plupart visité un élevage bovin (pour presque 75 % d'entre eux). Nous n'avons pas fait la différence entre les productions laitières et allaitantes. Les autres élevages visités sont des élevages porcins et avicoles, puis des élevages ovins et caprins pour quelques personnes. 60 % des questionnés ont mentionné avoir visité une exploitation avec de l'élevage en plein air. Cette modalité a été appréciée par les visiteurs qui ont aimé voir *“des animaux qui vivaient en plein air”* et qui *“avaient un grand espace pour vivre”*.

A contrario, les répondants qui n'ont jamais effectué de visite l'expliquent par une absence d'opportunité pour plus de 60 % d'entre eux, un manque d'intérêt pour 15 % d'entre eux et un manque de visibilité pour 8 % des interrogés.

3. Quelles sont les grandes tendances organisationnelles qui se dégagent ?

3.1. L'organisation en amont de la visite

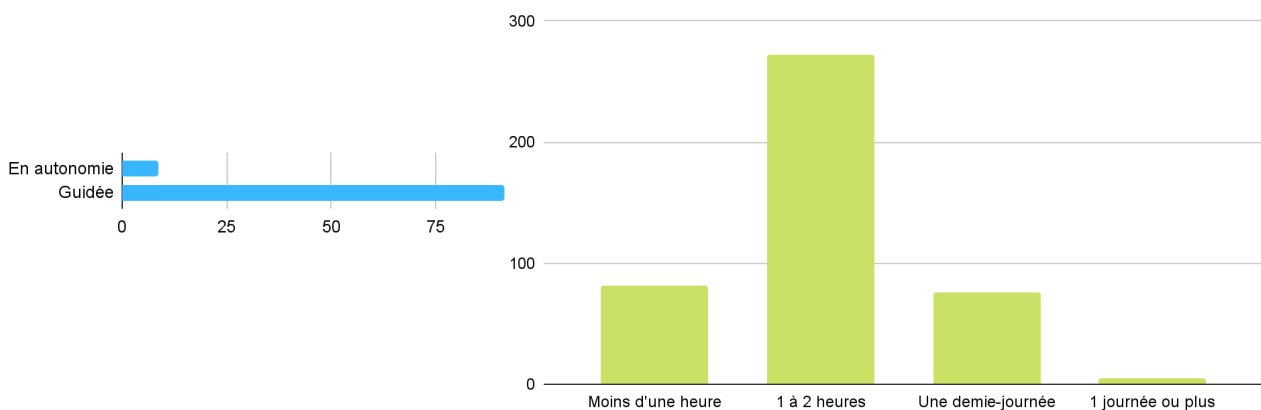


Figure 3 : Préférences des personnes interrogées sur les modalités à gauche (n=435) et sur la durée de la visite à droite (n=435)

Une visite guidée d'environ 1 à 2 heures semble être la plus adaptée pour répondre aux attentes des citoyens. Une visite guidée par l'éleveur lui-même est choisie par 82 % des interrogés. Dans les commentaires libres relevés, les citoyens aiment ressentir *“la passion chez l'éleveur”* et avoir *“un bon contact avec des éleveurs passionnés et passionnants”*. Cette remarque a été confirmée lors des échanges avec Marie-Paule Fouquin, qui explique que 2h de visite sont suffisantes pour *“prendre en main le groupe”*, tout en sachant qu'il y a un temps de préparation avant l'arrivée des visiteurs. D'après les résultats du groupe ayant fait l'enquête auprès des éleveurs, la durée de visite souhaitée par les citoyens interrogés est cohérente avec la durée que proposent les éleveurs (1h-1h30).

L'élevage bovin est le plus choisi parmi les élevages, avec 50 % des répondants qui veulent voir des vaches, contre 19 % des volailles et 17 % des porcs. Ces proportions correspondent bien aux visites précédemment réalisées par les répondants, ainsi qu'aux visites disponibles recensées par le groupe interrogeant en parallèle des éleveurs. Ceci n'empêche pas les éleveurs porcins ou avicoles par exemple de réfléchir à ouvrir leur ferme s'ils le souhaitent.

Les avis pour la période de visite idéale sont divisés en deux groupes majoritaires : pour 47 % des répondants, les vacances sont plus propices pour effectuer une visite en élevage alors que 48 % des interrogés n'expriment pas de préférence de période dans l'année. Sur la question du jour de la semaine idéal, une répartition similaire est retrouvée : 57 % des interrogés n'ont pas de préférence et 35 % d'entre eux souhaitent que la visite soit organisée durant le week-end. Enfin, sur la période de la journée, presque 80 % des personnes ayant répondu n'ont pas de préférence si la visite se fait le matin ou l'après-midi. Via les enquêtes auprès des éleveurs de l'autre groupe, il s'avère que beaucoup d'éleveurs profitent des journées portes ouvertes telles que *“Tous à la ferme”* (organisées par *Agriculteurs de Bretagne*) pour faire visiter leur exploitation. Ces événements se déroulent sur la journée et laissent au visiteur la possibilité de choisir la période de visite qui lui convient le mieux. Pour les sept éleveurs qui organisaient aussi des visites hors de ces portes ouvertes, cinq expliquent préférer faire les visites l'après-midi pour faciliter la gestion des contraintes de leur travail. Une personne a également mentionné qu'elle ne souhaite pas être sur son exploitation le week-end pour des visites.

Pour la question relative à la réservation de la visite, 23 % des enquêtés ne souhaitent pas avoir à faire de réservation et pouvoir se rendre sur la ferme dès qu'ils le peuvent. Il s'agit principalement de personnes souhaitant une visite gratuite. Presque 60 % des autres interrogés déclarent qu'ils souhaitent préalablement réserver leur visite en ligne. Ce critère semble assez important à prendre en compte afin d'éviter de faire des visites individuelles éparpillées sur la journée, ce qui pourrait faire perdre du temps aux agriculteurs. Ce dernier point est lié à l'avis exprimé par 24 des 37 éleveurs interrogés par l'autre groupe, qui expliquent que les visites sont chronophages. Concentrer les visites sur des horaires précis pourrait permettre de répondre à cette attente spécifique des citoyens tout en limitant le frein principal exprimé par

les éleveurs. Pour cela, une réservation en ligne permettrait également de ne pas imposer une tâche supplémentaire à l'éleveur.

Les répondants préfèrent visiter un élevage au sein d'un groupe de taille moyenne (53 % pour un groupe de 5 à 15 personnes) ou plus petit (34 % pour moins de 5 personnes). Les agriculteurs semblent d'accord sur ce sujet, avec une taille de groupe inférieure à 30 personnes. Une visite individuelle, c'est-à-dire uniquement avec la personne répondant au questionnaire et ses proches, a été choisie par 12 % des interrogés. Pour ceux-ci, 29% souhaitent une visite en autonomie, le reste souhaitant une visite guidée par l'éleveur en très forte majorité. Il n'y a pas de profil type qui se distingue des autres questionnés.

3.2. Ce qu'il faudrait réaliser et aborder durant la visite

Les réponses libres recueillies concernant les animations et activités ont été matérialisées sous forme de nuages de mots, permettant ainsi de visualiser les idées qui sont revenues le plus souvent.



Figure 4 : Animations idéales ($n=144$) (en haut) et activités idéales ($n=119$) (en bas) proposées par les personnes enquêtées

La dégustation de produits fermiers lors de la visite est une animation qui est revenue très souvent dans les propositions des citoyens. Selon Mathieu Simon (2022), c'est un moyen de "comblé" le fossé entre éleveur et visiteurs et cela permet aussi de rendre le moment plus convivial. Lors des échanges que nous avons eu avec lui, Mathieu Simon expliquait que certains sujets épineux s'avéraient plus faciles à aborder autour d'une dégustation. C'est aussi l'occasion pour l'exploitant de présenter le fruit de son travail et de donner une nouvelle dynamique à la visite, en suivant le processus de fabrication du produit jusqu'à sa finalité pour les fermes qui proposent de la transformation sur place. La fin de visite et les dégustations

Une fois la visite terminée, 65 % des répondants souhaitent repartir avec un échantillon des produits de la ferme et 30% veulent une fiche synthétique des éléments qu'ils ont appris pendant la visite. Dans le cas où l'exploitation visitée fait de la vente directe, la fin de visite peut également être l'occasion pour l'agriculteur de proposer aux visiteurs d'acheter ses produits (FOUQUIN, 2022 ; Bienvenue à la ferme, 2022).

Les points de vigilance suggérés concernent le stationnement, la sécurité notamment pour les enfants ainsi que l'accessibilité à la ferme. Il est aussi important d'avoir une signalétique précise pour se repérer sur l'exploitation. Il faut aussi faire attention aux chiens des visiteurs : à minima les attacher, au mieux ne pas les amener lors de la visite.

La pluralité de ces réponses indique qu'il ne semble pas exister de visite idéale, applicable à chaque ferme. Tout dépend des ressources disponibles et des envies de l'éleveur et du groupe de visiteurs. *In fine*, nous avons pu décrire ici des tendances majeures qui ressortent de notre analyse, surtout pour les modalités générales, tout en laissant libre à l'éleveur de choisir ce qu'il préfère. L'initiative d'ouvrir sa ferme doit partir d'une envie personnelle de l'éleveur, de sa conviction, comme cela a pu être démontré dans l'autre partie du projet.

4. Visiter, oui ! Mais à quel prix ?

Le consentement à payer des interrogés est la dernière question abordée dans l'enquête. Plus de 50 % des personnes interrogées estiment qu'elles seraient prêtes à payer entre 5 et 10 € par personne pour leur visite idéale, animations comprises. Ceci ne représente qu'un consentement déclaratif qui ne serait peut-être pas réaliste si les répondants devaient effectivement payer une visite. En pratique, le groupe travaillant avec les éleveurs souligne que le coût de la visite n'excède pas 15 € et que certains proposent même aux visiteurs de donner le montant qu'ils désirent.

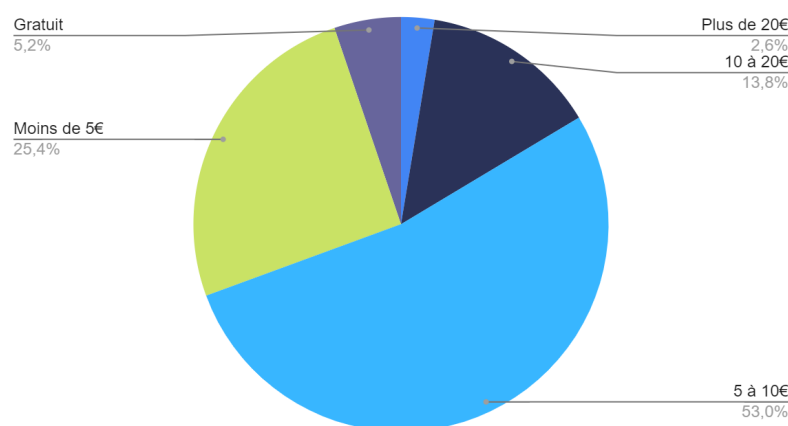


Figure 6 : Répartition des gammes de consentement à payer des personnes interrogées (n=435)

Les modalités de la visite idéale proposées par les questionnés selon le consentement à payer qu'ils ont choisi sont détaillées en annexe 3. L'objectif est d'observer si les attentes diffèrent selon le prix que les personnes sont prêtes à mettre pour la visite. Ce sont les personnes qui souhaitent une visite gratuite qui

préfèrent le plus une visite individuelle, ce qui est assez en contradiction avec ce qu'il est possible de faire sur le terrain, compte-tenu du temps passé par l'éleveur sur son temps de travail qui n'est donc pas payé. Pour ceux souhaitant faire une visite en groupe, toutes les catégories de prix préfèrent une visite avec un groupe de 5 à 15 personnes. Les personnes souhaitant payer 10 à 20€ sont néanmoins plus mitigées puisqu'ils sont tout de même 47 % à souhaiter un groupe de 5 personnes, ce qui est possible pour une visite à ce prix.

Plus le montant que les répondants sont prêts à mettre pour la visite est élevé, plus ils préfèrent réserver la visite auparavant. Il n'y a pas de réservation souhaitée pour 64% des répondants n'étant pas prêts à payer une visite, 30% pour ceux prêts à payer moins de 5€ par personne. Pour les autres montants de visites, seulement 20% ne souhaitent pas de réservation préalable.

La majorité de ceux qui ne veulent pas réserver souhaite une visite gratuite. Ces visites ressemblent aux portes ouvertes d'élevage gratuites lors d'une journée annuelle (Tous à la ferme, 2022). De la même façon, un consentement à payer élevé est lié à une visite plus longue (mais n'excédant pas deux heures) attendue par le visiteur. Ceci est cohérent, le répondant s'attend à une visite correspondant au prix payé.

La plupart des questionnés souhaitent des animations et des activités au cours de la visite, avec plus de 80 % qui le souhaitent pour la catégorie 5-10 €, catégorie qui représente la moitié de l'échantillon. Mais, près de 50 % des questionnés n'ont pas d'idées. Plus le consentement à payer est élevé, plus les répondants souhaitent une dégustation. Pour des visites payantes, quelques personnes ont proposé des *escape games* ou des quizz. Plus de 50 % des questionnés souhaiteraient repartir avec un échantillon des produits de l'exploitation suite à la visite, y compris ceux souhaitant une visite gratuite. Lorsque les éleveurs sont interrogés, ils expliquent faire principalement visiter la ferme dans son ensemble et la proposition d'activités annexes à la visite semble relativement minoritaire, mais existant lors des portes ouvertes principalement.

5. La présence des enfants pour le type de visite idéale

Nous avons analysé si les réponses des questionnés pour les sujets à aborder, les animations et activités à réaliser lors d'une visite en élevage étaient différentes si les questionnés avaient ou non des enfants. Nous n'avons pas différencié l'analyse selon l'âge possible des enfants. Nous n'avions pas cette donnée, mais nous aurions pu essayer de trier en jugeant que des personnes de plus de 51 ans n'ont plus d'enfants en bas-âge. Le LIT Ouesterel pourrait tenter ce tri pour voir si les résultats diffèrent. L'ensemble des résultats obtenus est présenté en annexe 4. Enfant ou non, les activités proposées sont identiques pour chaque catégorie. Ce sont les répondants sans enfants qui souhaitent le plus réaliser des animations (78 % contre 67 %) et des activités (79 % contre 68 %) lors de la visite. Le soin des animaux et la fabrication de produits sont proposés en plus grande partie par des personnes avec enfants. La conduite d'un matériel tel qu'un tracteur n'est proposé que par ces derniers.

IV. Conclusion & perspectives du projet

Ce projet commandité par l'association LIT Ouesterel a pour ambition de proposer des guides aux éleveurs et aux citoyens, afin de réaliser des visites d'élevages aussi pédagogiques et sereines que possible. L'étude se démarque du fait qu'il existe peu d'informations à ce jour sur les attentes des citoyens en termes de visites d'élevages. Il vient combler ce manque et propose une solution originale, en prenant en compte les deux partis (éleveurs et citoyens).

L'étude permet de connaître les différents souhaits des citoyens sur une visite d'élevage : elle a mis en évidence la pluralité des visites idéales. Caractériser une ferme type n'est pas évident, puisque chaque site est unique et propose des animations différentes aux visiteurs (FOUQUIN, Bienvenue à la Ferme, 2022). Il n'existe pas forcément une visite type à appliquer à chaque ferme, mais plutôt des grandes lignes à adapter en fonction de la ferme, des envies de chaque groupe de visiteurs mais aussi de la volonté de l'éleveur. Le LIT Ouesterel pourrait réfléchir à des visites par classes d'âge et voir si cela convient aux personnes.

Quelques grandes tendances ressortent de nos résultats, notamment sur la durée de la visite qui ne devrait pas excéder deux heures. Le fait que l'éleveur guide lui-même sa visite, avec un groupe plutôt restreint, permet de conserver une vraie proximité avec ce dernier. Des animations ou activités sont aussi à prévoir, elles permettent de dynamiser le groupe et de lui faire comprendre la réalité du métier. Au vu de la difficulté des personnes à s'auto-évaluer sur leurs connaissances du milieu agricole, les éleveurs qui ouvrent leur ferme doivent prendre en considération ces différences de niveaux. Ceci implique un discours adapté à chaque public (débutant, avec enfants, expert), avec un vocabulaire plus ou moins technique.

Le questionnaire à visée des citoyens a été diffusé via des réseaux personnels liés à l'Institut Agro et au LIT Ouesterel. Par conséquent et au vu de la zone géographique de ces deux structures, nous pouvons supposer qu'une majorité des répondants vient du Grand Ouest. Cela a pu par exemple se ressentir au niveau du type d'élevages visités, principalement des productions bovines, ce qui est cohérent avec le bassin de production de la région. Les réponses proposées pour caractériser les modalités de la visite idéale varient donc probablement à l'échelle du territoire. Par conséquent, il serait intéressant de publier ce sondage à plus large échelle et avec une répartition des répondants correspondant à la population française. Un plus grand nombre de répondants pourrait permettre d'obtenir plus de propositions et de conseils pour les éleveurs souhaitant ouvrir les portes de leur exploitation.

Lors de nos échanges avec Marie-Paule Fouquin de *Bienvenue à la ferme*, nous avons abordé le sujet des visites adaptées pour les personnes handicapées. Ce point n'a pas été abordé dans notre questionnaire mais il est important de prendre en compte l'accessibilité des fermes aux fauteuils roulants ou même aux poussettes. Cette accessibilité est possible avec des rampes d'accès, éviter les escaliers, avoir un sol lisse. Il faut donc veiller à l'aménagement de l'exploitation pour accueillir ces personnes. Cette question soulève également le sujet des personnes malentendantes et/ou malvoyantes et donc l'adaptabilité des visites à ces personnes. Une ferme adaptée aux malentendants, avec des écriteaux par exemple, pourrait être envisageable. Les écriteaux permettront aussi de capter l'attention au fur et à mesure de la visite, de bien

comprendre l'organisation de l'exploitation et de résumer l'information. Il est aussi envisageable de développer des activités autour du toucher pour développer d'autres sens (toucher la paille, un animal, les aliments...), notamment pour les personnes malvoyantes.

Les activités proposées par les citoyens pourraient être testées dans des fermes afin de vérifier qu'elles sont possibles à mettre en place par les éleveurs et qu'elles permettent de répondre à l'objectif d'en apprendre plus sur les élevages dans un contexte ludique. Cela permettrait également d'avoir un retour d'expérience de visiteurs-tests sur ces activités. Par exemple, l'*escape game* a été cité plusieurs fois dans les idées d'animations. Ce type de jeu demande une organisation préalable conséquente, mais est généralement très apprécié des joueurs. Il serait donc intéressant pour l'association LIT Ouesterel de créer un *escape game* dans le but de le mettre en place dans une exploitation visitable, et ainsi vérifier sa faisabilité, et si ce mode de jeu permet réellement aux visiteurs d'enrichir leurs connaissances pendant la partie.

Le projet effectué à la fois pour la partie des attentes citoyennes et sur celle des motivations et freins des éleveurs pour ouvrir les élevages doit se poursuivre. Ce travail doit permettre d'élaborer un guide pour les éleveurs afin qu'ils puissent sereinement ouvrir les portes de leur élevage. Ce guide pourra comprendre les conseils en termes d'organisation tels que le mode de réservation, la durée, les animations et activités types. Il pourra également faire ressortir des points de vigilances évoqués par les citoyens tels que le stationnement, le fléchage de l'exploitation ou la sécurité pour les enfants. Une partie retours d'expériences d'éleveurs pourrait être ajoutée pour mettre les conseils qu'a pu obtenir l'autre groupe du projet. Il serait intéressant d'aller plus loin et de proposer quelques exemples types d'activités : proposer un quizz par type d'élevage ou bien le matériel nécessaire pour faire une fabrication de beurre.

Le travail effectué permettra également la création d'un guide pour les visiteurs. Ce guide servira à préparer en amont la visite qu'ils vont effectuer. On peut imaginer que lorsque des personnes réservent en ligne pour une visite, ils reçoivent ensuite un guide dont ils devront prendre connaissance avant la visite. Une partie du guide pourra être similaire à tous les élevages sur des consignes types notamment en équipement nécessaire (bottes, vêtements adaptés) mais aussi aux consignes vis-à-vis des chiens (en laisse ou à ne pas amener). Cela servira aussi à prévenir des dangers présents dans une ferme (clôtures électriques, animaux, outils...) et donc la nécessité de faire attention aux enfants. Ensuite l'éleveur pourrait adapter cela à sa ferme, en ajoutant ou non une partie supplémentaire. Ce serait l'occasion pour l'éleveur de mettre un plan de sa ferme avec un fléchage pour le stationnement et le point de départ de la visite.

Bibliographie

- Agriculteurs de Bretagne**, 2022. Qui sommes-nous ? (<https://www.agriculteurs-de-bretagne.fr/qui-sommes-nous/>)
- Bienvenue à la ferme**, 2020. Dossier de presse, mangez et vivez fermier et l'article Produits fermiers et accueil à la ferme partout en France, "Découvrir et s'amuser".
- BROUSTEY**, 2021. L'agrotourisme, le voyage au vert qui a tout pour plaire.
- CAVALLI G.**, nd. « Les 8 clés de la réussite d'une visite d'exploitation agricole » Antoine Laudet, cofondateur de Mon Beau Terroir
- Chambres d'agriculture de Normandie**, 2022. Visites de ferme et activités de loisirs
- Consultation nationale**, 2019. Comment permettre à chacun de mieux manger ? Make.org
- COTY**, 2017. Modélisation de situations autonomes en élevage bovin lait biologique dans le Grand Ouest.
- CPIE du Périgord-Limousin Château**, 2015. Projet Inter-Agri, flyer sur les JPO
- DELABRE B.**, 2015. Au Printemps, c'est portes ouvertes dans les fermes.
- DELANOUE E., DOCKÈS A.-C., CHOUTEAU A., PHILIBERT A., MAGDELAINE P., ROGUET C.**, 2017. Points de vue et attentes des consommateurs et citoyens vis-à-vis de l'élevage. Journées Recherche Porcine, 49, p.295-300
- DELANOUE E., DOCKÈS A.-C., CHOUTEAU A., ROGUET C., PHILIBERT A.** 2018. Regards croisés entre éleveurs et citoyens français : vision des citoyens sur l'élevage et point de vue des éleveurs sur leur perception par la société. INRA Prod. Anim.,31 (1), 51-68
- DUBOIS C., SCHMITZ S.**, 2011. L'agritourisme au cœur de la transition socio-écologique européenne.
- FONCEL M.**, 2009. J'ouvre les portes de mon exploitation. Chambre d'agriculture de la Loire
- FOUQUAIS M.-P.**, 13 décembre 2022. Entretien réalisé en présentiel à la chambre d'Agriculture de Bretagne
- GETZ D., CARLSEN J.**, 2000. Characteristics and goals of family and owner-operated businesses in the rural tourism and hospitality sectors
- GRANNEC M.-L., ROGUET C.** 2017. Évaluation de l'impact des portes ouvertes sur la perception des élevages par les visiteurs
- Hisour.com** 2021. Agrotourisme (<https://www.hisour.com/fr/agritourism-38608/>)
- INSEE** 2022. Population par sexe et groupe d'âges (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2381474>)
- LUCAS S., LAMBERT M.**, 2012. Faire visiter sa ferme : une activité qui ne s'improvise pas., L'Agriculteur normand
- MAGDELAINE P. et al.**, 2018. La controverse sur l'élevage. Principaux enseignements du projet ACCEPT.
- Ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire**, 2022. Agritourisme : tous à la ferme !
- MOREAU P.**, 2018. J'ouvre les portes de mon exploitation : Journées porte ouverte, marché à la ferme. Chambre d'Agriculture Loire.
- ROGUET C.** 2018. La controverse sur l'élevage mieux la comprendre pour agir en faveur d'un élevage bien accepté
- Sommet de l'élevage**, 2022. Visite d'élevage
- SIMON M.**, 2022. Entretien en visioconférence, chargé de Communication Agriculteurs de Bretagne.
- Tous à la ferme**, 2022, Présentation de l'édition 2022

Annexes

Annexe 1 : Tableau des hypothèses effectuées grâce aux recherches bibliographiques, associées aux questions de l'enquête qui permettent de les vérifier

Hypothèses	Informations spécifiques	Sources	Questions du questionnaire (annexe 2) pour valider ou non les hypothèses
Ceux qui visitent sont déjà concernés par le sujet	Principalement des personnes qui sont déjà intéressées ou sensibilisées au monde agricole, aux modes de production et à l'écologie. Le public intéressé par ces événements n'est généralement pas celui qui se montre le plus critique envers l'élevage	(GRANNEC et ROGUET, 2017) (DELANOUE <i>et al.</i> , 2018)	4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 21, 22, 23
Les visites attirent plutôt des familles, des retraités et des scolaires		(CPIE du Périgord-Limousin, 2015)	1, 2, 3, 6, 22, 28
Le niveau de connaissance des citoyens est considéré comme faible		(COTY 2017)	7, 8, 9, 10
Les médias ont tendance à déformer et à rendre une image négative de l'agriculture		(DELANOUE <i>et al.</i> , 2018)	9
Les citoyens sont en demande d'informations sur l'agriculture, les modes de production et de commercialisation		(DELANOUE <i>et al.</i> , 2018)	8, 14, 35
Les sujets à aborder concernent le contexte de la ferme, les avantages, la filière, la journée-type	Il faut présenter le contexte général dans lequel évolue l'exploitation et l'exploitant, ses avantages et ses inconvénients, puis l'emplacement dans la filière et présenter une journée type de travail En savoir plus sur le métier d'agriculteur, les techniques	(CAVALLI, nd) (CPIE du Périgord-Limousin, 2015)	35

Les visiteurs peuvent voir les troupeaux, pâtures, bâtiments et matériel		(CAVALLI, nd)	35, 37, 39
Il est préférable que ce soit l'éleveur qui fasse la visite de sa ferme	<p>“La visite d’une exploitation c’est avant tout la découverte d’une personne”</p> <p>L’accueil sera bien meilleur si un agriculteur accompagne et commente. (plutôt que en autonomie)</p>	<p>(CAVALLI, nd)</p> <p>(FONCEL, 2009)</p>	30, 31, 32, 33
Proximité avec le lieu de vie (distance parcourue pour faire une visite ou complémentaire aux vacances par ex.)			26
La visite a principalement lieu le weekend	Plutôt le dimanche pour les familles ou en semaine pour les scolaires	(Tous à la ferme, 2022 ; CAVALLI, nd ; CPIE du Périgord-Limousin, 2015 ; FONCEL 2009)	25
Les préoccupations des citoyens sont tournées vers BEA, plein air puis environnement		(DELANOUE <i>et al.</i> , 2018)	19, 20, 35,
Les activités proposées sont des explications et des animations. Il peut y avoir des dégustations		(Tous à la ferme, 2022 ; CAVALLI, nd ; CPIE du Périgord-Limousin, 2015 ; FONCEL, 2009)	36, 37, 38, 39, 41
Les portes ouvertes sont souvent gratuites		(Tous à la ferme, 2022 ; FONCEL, 2009)	42

Annexe 2 : Questionnaire établi pour recueillir les attentes des citoyens sur les visites d'élevage ainsi que leurs éventuelles expériences passées

Enquête pour des visites d'élevage plus pédagogiques et attractives

A travers cette enquête, l'objectif est ici d'identifier les populations cibles potentiellement intéressées par des visites d'élevage, de comprendre leurs attentes mais également les appréhensions de ceux qui ne souhaitent pas s'y rendre. Une enquête similaire, à destination des éleveurs, est également entreprise en parallèle de ce travail.

***Obligatoire**

I. Caractéristiques du questionné

1. Vous êtes *

- Un homme Une femme
 Je ne souhaite pas le préciser

3. Avez-vous des enfants? *

- Oui Non

2. Vous avez : *

- Moins de 18 ans
 Entre 18 ans et 25 ans
 Entre 26 ans et 35 ans
 Entre 36 ans et 50 ans
 Entre 51 ans et 65 ans
 Plus de 66 ans

4. Vous habitez : *

- Un village (- de 2000 habitants)
 Une petite ville (2 000 à 10 000 habitants)
 Une ville moyenne (10 000 à 100 000 habitants)
 Une grande ville (+ de 100 000 habitants)

5. Vous êtes originaire*

- du milieu agricole (famille exerçant un métier en lien avec l'agriculture)
 du milieu rural (habitant à la campagne)
 du milieu urbain (habitant en ville)

6. Quelle est votre catégorie socio-professionnelle ? *

- Agriculteurs exploitants
 Artisans, commerçants, chefs d'entreprise
 Cadres et professions intellectuelles supérieures
 Professions intermédiaires
 Employés
 Ouvriers
 Retraités
 Étudiants
 Autres personnes sans activité professionnelle

II. Votre rapport au monde agricole

7. A quel niveau estimez-vous vos connaissances sur le milieu agricole ? *

- | | | | | | | | | | | | |
|--------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| Novice | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Expert |

8. Souhaitez-vous en savoir plus sur le milieu agricole ? *

- Oui Non

9. Aujourd'hui, où allez-vous pour acquérir des connaissances, vous informer sur le milieu agricole? * Plusieurs réponses possibles

- Sur les réseaux sociaux A la télévision Dans les journaux

Dans les événements agricoles (foire/salon) Autre :

10. Est-ce que la visite d'un élevage vous permettrait d'enrichir vos connaissances?*

Oui Non

III. Votre expérience en visite d'élevage

11. Avez-vous déjà visité un élevage?*

Oui Non (si non, ne faites pas les questions 12 à 20 et aller directement à la n°21)

12. Combien d'élevage(s) avez-vous visité?*

1 seul Entre 1 et 5 Entre 6 et 10 Plus de 10

13. A quand remonte votre dernière visite en élevage? *

Moins de 6 mois Entre 6 mois et 1 an Entre 1 an et 5 ans Plus de 5 ans Plus de 10 ans

14. Qu'est-ce qui vous a motivé à faire ces visites? *

15. Par quels moyens avez-vous réussi à trouver des élevages à visiter? * *Plusieurs réponses possibles*

Connaissance Bouche à oreille Réseaux sociaux
 Participation à des événements de fermes ouvertes Autre :

.....

16. Quels élevages avez-vous visité? * *Plusieurs réponses possibles*

Élevage de vaches Élevage de porcs Élevage de volailles
 Animaux en bâtiment Animaux en plein air
 Autre :

17. Avez-vous été satisfait de ces visites? * Oui Pas vraiment Non

18. Pourquoi ? *

.....

19. Qu'avez-vous le moins aimé lors de ces visites ? (en terme d'organisation, d'activité, ...) ?*

.....

20. Qu'avez-vous le plus aimé lors de ces visites (en terme d'organisation, d'activité, ...) ?*

.....

[Si vous avez déjà visité un élevage, ne répondez pas aux questions 21 à 25]

21. Pour quelles raisons n'avez-vous pas visité d'élevage jusqu'à aujourd'hui ? *

.....

22. Est-ce que visiter un élevage est quelque chose que vous aimeriez-faire ? *

Oui Non

23. Pourquoi?

.....

[Si vous avez répondu Non à la question n°22, vous pouvez aller à la fin du questionnaire]

IV. La visite idéale d'élevage selon vous

24. Quel élevage préféreriez-vous visiter? * *Plusieurs réponses possibles*

Élevage de vaches Élevage de porcs Élevage de volailles
 Animaux en bâtiment Animaux en plein air
 Autre :

25. A quelle période préféreriez-vous visiter cet élevage ? *Plusieurs réponses possibles

- Pendant les vacances Hors vacances
 Pendant le week-end En semaine (le mercredi) En semaine (hors mercredi)
 Le matin L'après-midi
 Je n'ai pas de préférence

26. Quel temps de trajet accepteriez-vous de faire pour visiter un élevage ? *

- de 15 minutes Entre 15 et 30 minutes + de 30 minutes

27. Comment aimeriez-vous réserver cette visite ? * Une seule réponse

- Réservation en ligne Réservation par téléphone Réservation sur place
 Pas de réservation

28. Avec qui aimeriez-vous faire cette visite? * Plusieurs réponses possibles

- Seul En couple En famille Entre amis Entre collègues
 Autre :

29. Une fois la visite réservée et avant de vous y rendre, aimeriez-vous recevoir des informations sur le déroulé de la visite ? *

- Oui j'aimerais recevoir une présentation de ce qui va nous être présenté, des thématiques qui vont être abordées, ainsi que des activités qui vont être proposées
 Non, je préfère découvrir sur place lors de la visite

V. Le déroulé de la visite idéale

30. Prêfèreriez-vous que la visite soit une visite guidée ou en autonomie (parcours de visite)? *

- Guidée En autonomie

31. Par qui auriez-vous le plus envie d'être guidé lors de la visite ? *

- Éleveur Un de ses salariés Un membre de sa famille
 Personne, je préfère réaliser une visite en autonomie
 Autre :

32. Prêfèreriez-vous que la visite soit réalisée avec un groupe d'autres visiteurs ou bien qu'elle soit individuelle ? *

- En groupe Individuelle

33. Si vous préférez une visite groupée, quelle serait la taille idéale du groupe? * Une seule réponse possible.

- Petit groupe (moins de 5 personnes)
 Groupe moyen (entre 5 et 15 personnes)
 Grand groupe (plus de 15 personnes)
 Je préfère une visite individuelle

34. Quelle serait selon vous la durée de visite idéale ? *

- Moins d'une heure 1 à 2 heures Une demie-journée 1 journée ou plus

35. Quels sont les sujets incontournables à aborder ou bien les choses à voir absolument (matériel agricole, traite...)? *

.....

36. Est-ce que vous aimeriez participer à des animations ? (ex : jeu de piste, *escape game*, dégustation...)*

- Oui Non

37. Si oui, avez-vous des idées?

.....

38. Est-ce que vous aimeriez participer à des activités de l'élevage (traite, nourrissage des animaux, ...) ? *

- Oui Non

39. Si oui, avez-vous des idées?

.....
40. Quels points de vigilances faudrait-il prendre en compte pour que votre visite se passe au mieux (pour l'encadrement des enfants, le stationnement, ...)?
.....

41. Une fois la visite terminée, aimeriez vous repartir avec : * *Plusieurs réponses possibles*

- Une synthèse de ce que vous aurez appris (par exemple, un livret qui expliquerait les étapes nécessaires à la production d'un litre de lait)
 Un échantillon de ce que vous aurez vu (bouquet de paille, morceaux de fromages, ...)
 Rien, vos souvenirs suffiront
 Autre :

42. Combien seriez-vous prêts à payer pour cette visite d'élevage idéale, animations et activités comprises ? *Une seule réponse*

- Visite gratuite seulement Moins de 5 euros par personne Entre 5 et 10€ par personne
 Entre 10 et 20€ par personne Plus de 20€ par personne

Merci pour votre participation à cette enquête. Les résultats seront connus en janvier 2023. Si vous souhaitez pouvoir en prendre connaissance, veuillez à nous laisser ci-après votre adresse mail :
.....

Annexe 3 : Tableau des réponses concernant la visite idéale en fonction du consentement à payer déclaré

	Visite gratuite	Moins de 5€	5-10€	10-20€	Plus de 20€
Nombre de personnes	36	106	234	50	9
Quand					
<i>Vacances</i>	33%	45%	42%	46%	33%
<i>Weekend</i>	28%	25%	39%	50%	44%
Espèces (plusieurs réponses possibles)					
<i>Bovins</i>	44%	48%	50%	56%	44%
<i>Porcs</i>	0%	20%	15%	24%	22%
<i>Volailles</i>	0%	17%	19%	32%	22%
Mode d'élevage					
<i>Plein air</i>	54%	52%	70%	66%	56%
<i>Pas de préférence</i>	25%	45%	29%	30%	44%
Format de visite					
<i>Guidée</i>	86%	93%	88%	94%	89%
<i>En autonomie</i>	14%	7%	12%	6%	11%
Type de visite					
<i>En groupe</i>	50%	79%	76%	76%	67%
<i>Taille du groupe</i>					
<i>5-15 personnes</i>	72%	58%	65%	53%	100%
<i>Taille du groupe <5 personnes</i>	28%	40%	32%	47%	0%
<i>Individuelle</i>	50%	21%	24%	24%	33%
Réservation					
<i>Sans réservation</i>	64%	30%	23%	20%	22%
<i>Réservation en ligne</i>	28%	54%	62%	58%	56%
Avoir une présentation avant la visite	53%	65%	73%	71%	67%
Durée de la visite					
<i>Moins d'une heure</i>	31%	27%	16%	10%	0%
<i>1 à 2 heures</i>	61%	61%	65%	60%	22%

<i>Demi-journée</i>	8%	12%	18%	25%	56%
Avoir des animations (plusieurs réponses possibles)	56%	71%	84%	70%	89%
<i>Dégustation</i>	11%	24%	30%	48%	/ (pas représentatif ...)
<i>Jeu de piste</i>	5,5%	9%	5,6%	14%	
<i>Fabrication</i>	5,5%	2,6%	6%	3%	
<i>Escape game</i>	0%	2,6%	5,6%	3%	
<i>Quizz</i>	0%	5,3%	4%	3%	
<i>Pas d'idée proposée</i>	84%	70%	61%	54%	66%
Avoir des activités (plusieurs réponses possibles)	67%	76%	82%	84%	89%
<i>Nourrissage</i>	21%	17%	17%	30%	(pas représentatif ...)
<i>Traite</i>	8%	11%	19%	17%	
<i>Cultures</i>	8%	0%	1%	0%	
<i>Pas d'idée proposée</i>	58%	68%	67%	49%	
Ni animation ni activité	33%	17%	6,4%	6%	11%
Après la visite (plusieurs réponses possibles)					
<i>Un échantillon</i>	53%	64%	68%	58%	78%
<i>Une synthèse</i>	22%	31%	32%	42%	56%
<i>Rien</i>	19%	17%	26%	32%	22%

Annexe 4 : Tableau des sujets, animations et activités à réaliser lors d'une visite en élevage selon si les questionnés ont des enfants ou non

	Personnes avec enfants (n=204)	Personnes sans enfant (n=260)
<i>Principaux sujets à aborder</i>		
Les animaux	71%	63%
L'équipement	26%	32%
La fabrication	18%	19%
Le métier d'éleveur	30%	37%
La traite	16%	12%
L'alimentation	13%	6%
<i>Les animations souhaitées</i>		
<i>Faire une animation pendant la visite</i>	67%	76%
Faire une dégustation	28%	21%
Faire un jeu par rapport au métier	4%	7%
Faire un <i>escape game</i>	1%	4%
Faire un quizz	1%	4%
<i>Les activités souhaitées</i>		
<i>Faire une activité pendant la visite</i>	68%	79%
Faire la traite	21%	18%
Nourrir les animaux	19%	22%
Fabriquer un produit	6%	3%
Soigner les animaux	7%	4%
Participer au quotidien de l'éleveur	3%	3%
Conduire un matériel (ex: tracteur)	4%	0%