

# LES MESSAGES CLÉS À FAIRE PASSER AUX VISITEURS



Lorsque vous décidez de faire visiter votre ferme, il est important de vous **interroger sur les messages que vous souhaitez faire passer** aux visiteurs en répondant aux questions suivantes :

- « *Quel est mon objectif en faisant visiter ma ferme ?* »
- « *Qu'est-ce que j'aimerais faire comprendre aux visiteurs ?* »
- « *Qu'est-ce que je veux qu'ils retiennent en quittant la ferme ?* »

Lorsque l'on travaille dans la communication, on sait qu'il faut un nombre réduit de messages pour qu'ils soient clairs : ici, nous vous conseillerons de choisir **3 messages clés maximum**.

Grâce au travail avec le groupe d'éleveurs en atelier, nous avons identifié **5 messages majeurs**. Les plus importants pour les participants étaient le **respect du bien-être de l'animal et de son comportement et le respect de l'environnement**. Les autres messages clés portent sur la **modernité des élevages, sur le lien produit - élevage : de la fourche à la fourchette et sur le rôle de l'éleveur en tant qu'acteur du territoire**.

Nous allons détailler chacun des messages clés pour que chacun puisse identifier les messages qui lui conviennent le mieux en proposant des pistes et des exemples pour expliciter le propos. Nous avons pu relever quelques éléments communs à tous les messages :

- « *Montrer la réalité* »
- « *[Transmettre] la passion* »
- « *Faire avancer l'agriculture* »

## 1. LE RESPECT DU BIEN-ÊTRE ANIMAL ET DU COMPORTEMENT DES ANIMAUX



Nous avons précisé bien-être et comportement car les éleveurs en avaient fait 2 catégories.

La première consistait à montrer que **l'élevage répond aux besoins des animaux, que les animaux sont bien traités, bien nourris, bien logés dans un bâtiment confortable en notifiant le lien essentiel entre le bien-être animal et le bien-être de l'éleveur**. Il semblait important aussi de **définir ce qu'est le bien-être animal et de bien montrer les conditions de vie** proposées aux animaux des élevages : une alimentation très étudiée et adaptée à chaque âge, un milieu de vie en adéquation avec les besoins réels. Par exemple, les vaches n'ont pas besoin de chaleur l'hiver mais plutôt d'être au frais l'été. Au contraire, les poussins ont besoin de beaucoup de chaleur au départ. Cela va permettre de différencier les besoins des animaux d'élevage et ceux des animaux de compagnie mais aussi de ceux des humains.

La deuxième partie consistait à parler du **comportement des animaux**, « montrer que les animaux ne s'ennuient pas ». Il s'agit ici de décoder des comportements animaux, de faire un peu d'éthologie simple. Il ne faut pas hésiter à montrer les installations utiles à l'expression du comportement : l'accès au plein-air adapté à l'animal, les perchoirs chez les volailles, les jouets ou la paille chez les cochons ou encore la brosse de grattage chez les vaches. Insister sur les attentes des animaux d'élevage permettra aussi aux visiteurs de limiter l'anthropomorphisme : un homme aime les bains de soleil, la vache aussi mais la poule sans abri au milieu du pré est très stressée car c'est une proie. Par exemple, lors d'une visite test, les visiteurs ont été très agréablement surpris par la porte de tri vers l'extérieur qui permet à l'animal de choisir d'aller dehors.

- « *Nos exploitations ne sont pas toutes des fermes usines* »
- « *On passe plus de temps avec nos animaux* »
- « *On vit avec notre temps* »
- « *On est pas des ploucs* »

## 2. LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT



Le sujet est assez large et dépendra de chaque exploitation. Retenons que les citoyens ne sont pas conscients du respect des exploitants pour la nature et ne connaissent pas toutes les contraintes liées au métier d'éleveur ni tous les efforts mis en œuvre dans les fermes. Dans cette partie, il s'agira de les montrer. Nous pourrions citer le Certiphyto qui oblige à restreindre les pesticides et à passer un permis d'utilisation raisonnée, la définition des zones Natura 2000 et tous les aménagements du travail qui en découlent (périodes de fauche par exemple pour respecter la diversité), les plantations de haies pour le stockage de carbone, les panneaux photovoltaïques sur les toits des exploitations ou les trackers pour atténuer l'impact de la ferme, la gestion des effluents avec les plans de fumure et les « piscines » de stockage du lisier... et encore beaucoup d'autres.

## 3. LA MODERNITÉ DANS LES ÉLEVAGES



La robotisation, la technologie peuvent faire peur... Il s'agit là de montrer que tous ces nouveaux outils sont au service du bien-être de l'animal, de sa santé et même de son individualité. Les portes des robots permettent le choix des animaux, les alertes informatiques améliorent la prévention ou encore les nombreuses données en temps réel permettent d'adapter l'environnement à l'animal (température, ventilation...). La modernité du matériel permet aussi un travail moins pénible et plus rapide pour les agriculteurs. Beaucoup de ces outils dégagent du temps à l'éleveur pour le passer avec ses animaux, à les observer par exemple avec plus de sérénité. En bref, la modernité est une aussi avancée pour l'élevage, l'éleveur et les animaux lorsqu'on l'utilise correctement.

## 4. DE LA FOURCHE À LA FOURCHETTE



L'objectif ici est de montrer aux visiteurs que l'élevage est le maillon initial d'une chaîne d'acteurs appelée filière. Il est important que le visiteur retienne que l'agriculture est productrice de ce qu'il mange ! Il est utile de montrer que le lait vient du pis de la vache et pas de la brique du supermarché. Refaire le lien entre l'animal et la viande semble compliqué mais pourtant avec une activité bien organisée, le lien a pu être fait lors d'une visite de notre projet sans difficulté avec un puzzle des morceaux de viande bovine.

Pour aller plus loin, on peut expliquer le lien entre le produit et les étiquettes notamment sur les signes de qualité et l'origine France, avec toute la qualité qui en découle. Lors de la visite, les infrastructures sont visibles, l'éleveur peut détailler son métier et ses horaires et tout cela concourt à discuter du prix. Le visiteur comprendra mieux les demandes des éleveurs car il constatera le travail et les investissements fournis.

## 5. LE MÉTIER D'ÉLEVEUR, ACTEUR DE SON ÉLEVAGE ET DU TERRITOIRE



L'objectif ici de créer des vocations car l'agriculture manque de bras et montrer que ça peut être une belle vie. Le message s'articule d'une part sur la partie du métier d'éleveur au quotidien, un métier passion avec ses contraintes, ses avantages, des journées bien remplies (l'entretien des animaux), des événements exceptionnels (les périodes de mise bas ou d'activité intenses dans les cultures). Il peut être intéressant aussi d'aborder les interactions et l'organisation possible entre vie personnelle et professionnelle. Même s'il a des contraintes particulières, il permet aujourd'hui d'avoir une vie en dehors du travail, contrairement au passé et aux idées reçues.

- « *Apprendre à connaître notre métier* »
- « *Attirer les nouveaux* »
- « *On a une vie comme tout le monde à côté* »
- « *On ne veut plus avoir honte de montrer nos élevages* »

Le message est complété par une autre partie qui montre que l'élevage qui est une entreprise intégrée dans une filière et dans la vie locale. Vous pourrez évoquer les contraintes économiques, un marché et la nécessité de vous dégager un revenu.

- « *Le contact humain* »
- « *Ça vient pas du Brésil* »

## À VOUS DE CHOISIR !