



## Look paysan pour Michelle Hunziker et Köbi Kuhn

*Urs Schneider, directeur-suppléant, responsable de la communication USP, Brougg*

**« Chez nos paysans, le talent c'est naturel! ». Avec cette affirmation et avec le sourire, Köbi Kuhn, entraîneur de football, va occuper durant ces prochaines semaines les panneaux d'affichage du pays. Tout comme lui, la présentatrice vedette Michelle Hunziker et les patrons de Migros et de Coop font partie des personnalités qui s'expriment dans le cadre de la nouvelle campagne d'image de l'agriculture suisse. Objectif, susciter la sympathie à l'égard des familles paysannes de notre pays et faire connaître les multiples prestations qu'elles assurent dans le domaine de l'alimentation, de l'entretien du paysage et de notre qualité de vie.**

En 1998, l'image de l'agriculture était au plus bas, suite à des débats politiques difficiles. L'USP a alors mis en œuvre une campagne d'image sous le titre Proches de vous. Les paysans suisses. Depuis lors, celle-ci s'est constamment développée et comprend aujourd'hui de nombreux projets. Outre la promotion dans les médias, on peut citer la présence dans les foires et expositions, les écoles, le Brunch du 1<sup>er</sup> août et le site [www.agriculture.ch](http://www.agriculture.ch); ainsi que la publication de brochures, la diffusion de films et vidéos, la création de chemins didactiques, la mise sur pied de l'action « Visites d'étables » et la pose de panneaux d'information. D'autres partenaires, telles les chambres cantonales d'agriculture, les organisations de branche, les écoles et les entreprises proches de l'agriculture, participent à la campagne aux côtés de l'USP. Objectif, éveiller l'intérêt du public pour l'agriculture suisse et influencer sur le comportement du consommateur en le sensibilisant aux produits de proximité.

Sur la base d'un concours d'idées lancé auprès de plusieurs agences de publicité, la campagne a été renouvelée. Il s'agit en effet de prendre en compte l'évolution du contexte agricole, marquée par la globalisation croissante des échanges. Un nouveau départ est donné par une campagne d'affichage et d'annonces mettant en scène des personnalités de l'économie, du sport, de la culture et du spectacle. Par une déclaration personnelle, ces personnalités affirment leur certitude que les familles paysannes abordent activement les défis actuels et sont d'importants partenaires de la vie économique. Ainsi en va-t-il de la déclaration de Michelle Hunziker: «Bien dans leur temps, les paysans suisses vont de l'avant»; de même que celle, commune aux directeurs Hansruedi Loosli de Coop et Herbert Bolliger de Migros: «Les paysans suisses sont nos partenaires». Les autres personnalités participant à la première phase de la campagne sont l'entrepreneur Otto Ineichen, le fameux cuisinier Philippe Rochat, la joueuse de tennis internationale Patty Schnyder, le footballeur Johan Vonlanthen, l'acteur romand Jean-Luc Bideau et l'ancien skieur Silvano Beltrametti. Au cours de ces prochains mois d'autres personnalités les rejoindront, permettant à l'agriculture d'ouvrir les portes du monde rural aux citoyens qui ont de moins en moins de contact direct avec les paysans.

Par leur propre affichage et leur collaboration active aux différents projets, les familles paysannes participent à la campagne. Dans une phase ultérieure, la profession s'exprimera au moyen d'annonces pour montrer qu'elle est à même de répondre aux attentes de la société. Les familles paysannes sont ainsi les authentiques ambassadeurs de notre agriculture. Visuellement, la nouvelle campagne met en valeur la chemise paysanne traditionnelle avec le motif de l'edelweiss, associée à l'agriculture par près de 100% de la population. Dans les prochains mois, d'autres aspects de la campagne d'image seront



**SBV** Schweizerischer Bauernverband **USP** Union Suisse des Paysans **USC** Unione Svizzera dei Contadini **UPS** Uniun Purila Svizra

adaptées au nouveau design. Du linge de bain au set de table, tout sera conçu aux couleurs de la chemise « edelweiss ».

Pour lancer l'opération, des paysannes et paysans distribueront lundi 24 avril dans les gares de Genève, Lausanne, Zurich, Bâle et Lucerne des dizaines de milliers de briques de jus de pomme dont l'emballage sera habillé aux couleurs de la fameuse chemise. Une même distribution se fera encore samedi 29 avril à la gare de Berne. Dans le même temps, l'affichage se met en place sur l'ensemble du territoire national. La nouvelle campagne, prévue pour deux ans, devrait se poursuivre par la suite afin de renforcer le dialogue entre la ville et la campagne.