



Éclairage sur la campagne «Proches de vous. Les paysans suisses.»

L'agriculture est sous les feux de la rampe. À la fois productrices de denrées alimentaires et prestataires de services, les familles paysannes ont besoin de nouer et d'entretenir des liens avec l'ensemble de la population. Il est donc important pour le monde paysan d'essayer de rapprocher citadins et ruraux et de soigner son image de marque. La campagne de relations publiques des paysans suisses vise à lancer des ponts en direction du public et à favoriser une compréhension mutuelle en mettant en évidence les capacités novatrices et le caractère sympathique des paysans suisses.

En 1998, après les conflits politiques de l'époque, l'image du paysan suisse n'était pas perçue positivement. Pour redorer son blason, l'Union Suisse des Paysans (USP) a alors décidé de lancer une campagne d'image orientée sur le long terme et placée sous le slogan «Proches de vous. Les paysans suisses.» Sans cesse améliorée depuis son lancement, la campagne regroupe aujourd'hui plusieurs projets. À la campagne médiatique (à l'heure actuelle sous forme d'affiches et d'annonces) s'ajoutent des manifestations dans le cadre de foires et d'expositions, des projets scolaires, le Brunch à la ferme du 1^{er} Août, la publication de brochures, la diffusion de films, la création de chemins didactiques, la mise sur pied de visites d'étables, sans oublier le site Internet agriculture.ch. D'autres partenaires, comme les chambres cantonales d'agriculture, les organisations sectorielles, des écoles et des entreprises participent à la campagne sous l'égide de l'USP.

Ces diverses mesures ont permis de resserrer les liens entre l'agriculture et la population non paysanne. En constituant une présence sympathique, en diffusant des informations et en permettant des rencontres, la campagne d'image contribue fortement à une meilleure compréhension mutuelle. Pour preuve, l'agriculture bénéficie aujourd'hui d'une excellente image (cf. graphique 1) et le slogan «Proches de vous. Les paysans suisses.» interpelle une grande partie de la population (cf. graphique 2). Afin de continuer à entretenir et à renforcer les liens avec le grand public, il a été décidé de poursuivre la campagne cette année encore. Une présence qui s'inscrit dans la continuité est en effet un facteur important pour s'assurer la reconnaissance et l'estime de la population eu égard aux services rendus au pays par les agriculteurs.

Les paysans peuvent compter sur des ambassadeurs de marque

La campagne, basée sur un concours d'idées présentées par un panel d'agences de publicité, a été renouvelée en 2006 et relancée au moyen d'annonces et d'affiches pour lesquelles des personnalités avaient prêté leur concours. Issues du monde de l'économie, du sport, de la culture et du spectacle, elles soutiennent les paysans en arborant la fameuse chemise aux motifs edelweiss. Des sondages ont révélé que pratiquement 100 % des personnes interrogées associent la chemise à motifs edelweiss à l'agriculture. Cette chemise est entre-temps devenue le signe distinctif et l'élément fédérateur des divers projets de la campagne d'image.

Par leur message personnel, ces célébrités venues de milieux non paysans soulignent que les agriculteurs sont des partenaires importants pour le reste de la société. Cette campagne démontre qu'un tel partenariat profite à la fois aux commerçants, aux producteurs et aux consommateurs. Grâce à la bonne renommée de l'agriculture suisse, les exploitations agricoles parviennent mieux à écouler leurs produits et les consommateurs se montrent plus enclins à payer des prix convenables pour des produits indigènes de qualité, ce qui, au final, est aussi bénéfique pour le commerce. Sécurité alimentaire et approvisionnement en denrées issues d'une production durable ne sont pas les seuls arguments en faveur d'un rapport de confiance entre producteurs et consommateurs. Les familles paysannes suisses façonnent et entretiennent la diversité de nos paysages, offrant ainsi à la population des espaces de détente et de liberté. Leur travail contribue à la qualité de vie du pays et à la création de paysages uniques.

Consolider les liens existants et renforcer la confiance du public

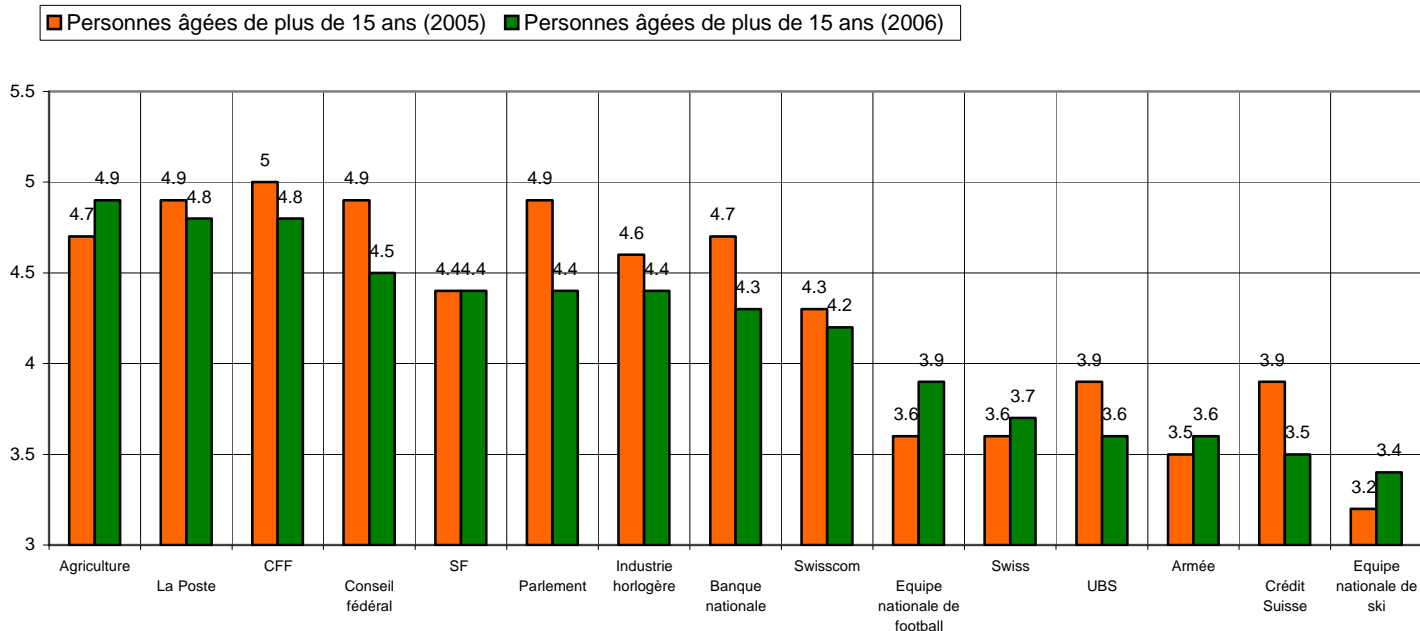
Les trois quarts de la population suisse vivent aujourd'hui en ville et dans des agglomérations urbaines. L'écart entre ville et campagne se creuse de plus en plus. Dans ce contexte, on ignore ou on sous-estime trop souvent les multiples prestations fournies par les familles paysannes en faveur de la société et des autres secteurs de l'économie. C'est pourquoi il est nécessaire de faire appel à des célébrités «urbaines» prêtes à défendre la cause paysanne. Grâce à l'engagement de ces personnalités, le lancement de la nouvelle campagne d'image a connu un succès médiatique retentissant à l'échelle nationale. Par la suite, les agriculteurs seront eux-mêmes représentés sur les affiches. Ils sont d'ores et déjà parties prenantes de cette campagne en posant des affiches sur les murs des granges ou le long des chemins, voire en participant directement à certains projets.

L'objectif avoué de la campagne d'image est de consolider les liens entre la ville et la campagne et de renforcer la confiance du public dans l'agriculture suisse afin de stimuler la vente des produits du terroir. Les consommateurs doivent prendre conscience de l'origine des denrées alimentaires et de toutes les mesures mises en œuvre pour mettre des produits d'une telle qualité à leur disposition. Le slogan «Proches de vous. Les paysans suisses.» entend mettre en évidence l'apport des familles paysannes à la société et, en même temps, souligner l'importance du secteur agricole pour notre pays.

Mesures prévues par la campagne d'image

- Campagne médiatique: les affiches, annonces et spots TV (aucun à l'heure actuelle) assureront une certaine couverture de base pour véhiculer les messages.
- Foires-expositions: la mise en place d'un stand dans toutes les foires et expositions, grandes et petites, permet d'informer et de nouer des contacts personnels avec la population non rurale.
- Écoles: de l'école enfantine à l'école secondaire (maturité), les élèves ont la possibilité de rencontrer dans l'établissement scolaire des agriculteurs venus parler de leur métier ou de se rendre dans une exploitation agricole.
- Brunch du 1^{er} Août: à l'occasion de la Fête nationale, des exploitations agricoles invitent la population à un brunch à la ferme. Chaque année, près de 200 000 visiteurs se laissent tenter par les mets proposés par les 500 fermes participant au programme.
- Visites d'étables: plus de 200 exploitations sont ouvertes en permanence aux personnes intéressées qui désirent en savoir plus sur les méthodes de production et sur l'origine des produits alimentaires.
- Supports d'information: des brochures, des films ainsi que le site www.agriculture.ch informent la population et les élèves des écoles sur l'évolution du secteur agricole.
- Chemins didactiques: une manière sympathique de susciter l'intérêt pour l'agriculture auprès des promeneurs, randonneurs, visiteurs et amateurs de produits de la ferme.

Graphique 1:
Résultats d'une étude d'image réalisée par la Télévision suisse alémanique en 2006



Graphique 2:
Evaluation des valeurs véhiculées par le slogan «Proches de vous. Les paysans suisses.»

