



## Communication positive : la grande mutation



Note d'information - Le 16 juin 2021

*Dans une note rédigée pour le think-tank agrIDées, le politologue Eddy Fougier, auteur de « Malaise à la ferme », formule une série de recommandations pour aider le monde agricole à mieux communiquer en direction du grand public.*

*« Même si une partie du secteur agricole ne semble pas en être encore pleinement convaincue, le processus de transformation de la communication agricole est enclenché. Cela prendra du temps, la reconnexion avec la société ne se fera pas d'un claquement de doigts. Mais cette communication positive agricole devrait finir par porter ses fruits et contribuer à faire évoluer l'image de l'agriculture et des agriculteurs aux yeux des citoyens-consommateurs », explique Eddy Fougier.*



### Positiver la communication agricole

Dans un contexte d'agribashing, une grande partie du monde agricole a décidé de reprendre sa communication en main et de faire évoluer sa façon de communiquer. *« Les deux grands symboles de cette mutation sont les AgriYoutubeurs et les FranceAgriTwittos »*. La communication positive est tout d'abord une communication proactive. C'est une communication par temps calme (hors crise) où l'on maîtrise le temps (on n'est pas en réaction) et ce que l'on dit (qui n'est pas dicté par la critique à laquelle il faut répondre). *« Cela consiste pour les agriculteurs à prendre des initiatives pour aller à la rencontre du public ou à saisir toutes les opportunités pour nouer un dialogue apaisé et constructif avec lui. Cette communication consiste à cibler les citoyens, les consommateurs, les clients dans leur grande diversité et à répondre à leurs interrogations »*.

### Un langage simple et compréhensible

Il est indispensable que cette communication soit incarnée. *« Qui mieux que les agriculteurs eux-mêmes pour incarner l'agriculture d'aujourd'hui ? De toute évidence, ils sont les mieux placés pour parler de ce qu'ils font au quotidien. Ils doivent le faire par de l'information et de la pédagogie en prenant au sérieux ce que disent et ce que pensent les gens. Cela implique pour les agriculteurs de recourir à un langage simple et compréhensible par un non-spécialiste et de répondre le plus précisément possible aux questions qui sont posées ou aux préoccupations qui sont exprimées »*.

### Apporter des preuves

Cette communication doit s'efforcer de montrer au public la réalité de l'agriculture d'aujourd'hui. *« Elle vise à expliquer le plus calmement, le plus clairement et le plus précisément possible ce que font les agriculteurs au quotidien, en montrant notamment le lien qui existe entre ce qu'ils produisent et ce que les consommateurs ont dans leur assiette. Elle consiste aussi à démontrer que les agriculteurs entendent les critiques, que leurs pratiques ont beaucoup évolué ces dernières années et qu'elles évoluent sans cesse, pour répondre aux attentes du public en lui apportant des preuves concrètes et tangibles de ces évolutions. La communication positive, c'est avant tout une communication par la preuve »*.

### Consensus et rassemblement

Cette communication doit aussi être positive. *« Elle entend montrer ce qui marche, ce qui va dans le bon sens, en l'occurrence que l'agriculture est avant tout une solution et qu'elle contribue largement au bien commun. Cela nécessite donc d'avoir une vision optimiste, positive, pragmatique et constructive »*. Cette communication consiste à reconnecter les agriculteurs au reste de la société. *« Elle ne doit pas opposer les modèles de production, les producteurs aux consommateurs, les agriculteurs entre eux, les citadins aux ruraux, les écologistes ou les journalistes aux agriculteurs. Elle cherche à rassembler autour d'éléments qui font consensus et non à opposer les uns et les autres autour des sujets qui fâchent »*.

### Une communication humaine

Enfin, la communication positive est basée sur la confiance en ce que l'on est et en ce que l'on fait : *« On ne peut communiquer positivement si l'on n'est pas fier de ce que l'on fait, en notre capacité à expliquer ce que l'on fait, en la capacité du public à écouter et à comprendre, et en définitive en la capacité des agriculteurs à se reconnecter avec le reste de la société »*.