

# AGRICULTURE ET « GRAND PUBLIC »

**Les professionnels de l'agriculture ont de plus en plus affaire au « grand public », notamment au travers des campagnes de votation liées à l'agriculture, du développement de la vente directe et de l'intérêt devenu plus fort pour la provenance locale des aliments ou les méthodes de culture. Nous faisons ici un panorama des relations entre le milieu agricole et les différents « grands publics ».**

■ TEXTE : NICOLAS MESSIEUX

Ce qui est englobé par la notion de « grand public » dépend essentiellement de l'approche considérée. Du point de vue politique, le « grand public » est le Peuple, qui décide en Suisse lors des votations sur les initiatives ou référendums qui impactent l'agriculture. Du point de vue géographique, le « grand public » sont les voisins qui entrent en contact avec les agriculteurs – qu'ils soient de passage comme les promeneurs ou bien installés à demeure comme les riverains. Du point de vue sociologique, les urbains sont le « grand public » à la fois consommateur et donc client principal de l'agriculture; et qui a une voix prépondérante lors des votations. Il existe aussi ceux qui pensent ne pas faire partie du « grand public » parce qu'ils pensent bien connaître les questions agricoles et croient donc se distinguer de la « masse ignorante ».

## LE « PEUPLE » : POUVOIR POLITIQUE DU « GRAND PUBLIC »

Le grand public est notamment appelé le « peuple ». Si ce terme a une connotation péjorative dans d'autres pays (par opposition à l'élite), il est valorisé en Suisse qui a son système de démocratie directe. Le Peuple (avec la majuscule) a le « dernier mot » lors des votations, et cela aux trois niveaux politiques (communal, cantonal, fédéral). C'est lui qui est visé par les campagnes de marketing ou de publicité à grande échelle au moyen des médias comme la télévision ou les journaux, mais aussi sur les réseaux sociaux.

Il est important de comprendre que les opinions et perceptions des membres d'une société (ou du Peuple) sont influencées par des « représentations sociales ». Il en est ainsi pour l'agriculture par exemple de « agriculture industrielle », « agrobusiness », « agriculture familiale », « élevage intensif »,



Visite guidée dans les vergers à destination du grand public. Photo : Union suisse des paysans.

« agriculture bio ». Une représentation sociale est un ensemble d'éléments, d'images, de descriptions qui forment un tout cohérent et peuvent être transmises d'une personne à une autre dans son ensemble. Une représentation sociale a une cohérence (une « logique ») interne, qui fait que des informations ou éléments qui ne sont pas en accord avec le reste des éléments sont considérés comme des « mensonges » ou des « fausses informations » (« fake news »). Les groupes sociaux ont souvent des représentations sociales différentes ou dont le contenu diffère : une « monoculture » n'est pas la même chose pour un agriculteur ou pour un écologiste.

Présenter des arguments qui s'opposent à un élément d'une représentation sociale peut provoquer une « dissonance cognitive ». Par exemple, dire que l'agriculture biologique emploie des pesticides peut provoquer une dissonance cognitive chez une personne qui a une image « idéalisée » de l'agriculture bio.

Une dissonance amène :

- à remettre en question la représentation pour en adopter une autre ;
- à modifier la représentation pour accommoder la nouvelle information ;
- à évacuer la dissonance en la traitant de mensonge ou d'information fausse, ou encore en disqualifiant l'entier du message (par ex. « discours des lobbys »).

Le Peuple est sensible aux questions environnementales et les nombreux référendums ou initiatives lui donnent l'occasion de souvent s'exprimer sur ce sujet, qui est fortement encadré par des lois et règlements. Le fait que l'agriculture soit l'objet de lois spécifiques et reçoive des paiements directs la rend particulièrement vulnérable aux actions politiques de ses adversaires et ennemis.

### LES PROMENEURS « USAGERS DU TERRITOIRE »

La forte progression des loisirs de plein air comme le VTT, la randonnée, les chiens et le retour du loup qui rend le bétail nerveux et agressif envers les promeneurs sont autant de difficultés avec lesquelles les agriculteurs doivent hélas composer.

La Suisse est avec la Suède le seul pays à garantir le libre passage dans les prés, prairies, pâturages et forêts, même privés et même en dehors des chemins. Cela donne une légitimité légale importante aux promeneurs et un sentiment de liberté voire de « bon droit ».

Une exception (peu connue) concerne les parcelles attenantes aux maisons, qui restent infranchissables hors chemins publics et, bien évidemment, les mises à ban des vignobles et vergers. Cette garantie de libre-passage complique néanmoins la vie des agriculteurs en augmentant les conflits avec le bétail, les barrières laissées ou-



**Une « monoculture » est une représentation sociale dont le contenu diffère selon l'acteur considéré (un agriculteur ou un écologiste) par exemple. Photo : N. Messieux.**

vertes, les déchets jetés ou laissés, vignobles abîmés par les passants ou les chiens, etc.

La mauvaise compréhension des pratiques agricoles peut aussi mener à des conflits ou des sabotages, heureusement très rares pour l'instant en Suisse. C'est le cas des pulvérisations, où tout est pris pour des « pesticides » ou encore des chiens protecteurs de troupeaux qui font peur aux randonneurs.

L'utilisation de panneaux pédagogiques permet néanmoins de limiter les problèmes et de profiter du passage des promeneurs pour leur expliquer des éléments liés à l'agriculture. Cela se voit par exemple sur le site de Marcelin (Morges, VD) avec des panneaux pédagogiques posés par les différents acteurs du site [dont l'Union Fruitière Lémanique, voir Vignes et Vergers 07/2023]. Les chambres d'agriculture cantonale proposent des panneaux d'information qui peuvent être commandés pour être installés sur le terrain.

Le droit de « glânage » est aussi garanti par la loi. Il s'étend au droit de ramasser des champignons et du « menu bois » dans les forêts sans accord du propriétaire et sans devoir lui verser de compensation (ce qui n'est par exemple pas possible en France ou en Belgique). Là encore, cela peut amener à des conflits ou à des problèmes avec des personnes qui abusent, vont aller se servir sur des arbres fruitiers haute-tiges isolés (typiquement des noyers) ou qui vont « grapiller » du raisin pas encore vendangé car gardé pour des vendanges tardives.

### LES RIVERAINS « NÉO-RURAUX » OU « RURBAINS » ET LES CONFLITS DE VOISINAGE

Au niveau territorial, le riverain qui vient s'installer à la campagne depuis la ville est une figure de plus en plus fréquente. La périurbanisation galopante en Suisse pousse en effet les villes à absorber leur campagne et fait croître les villages.

Les riverains sont le « Peuple » local, voisin des agriculteurs mais peu lié à eux, qui a un important pouvoir politique et légal. Les riverains peuvent



**Le traitement au sulfate de cuivre dérange souvent les riverains des vignes ou des vergers, qui sont incommodés par l'odeur et l'effet physique du produit.**  
Photo : iStock.

notamment se plaindre, s'opposer ou retarder les installations odorantes ou peu appréciées, par exemple les porcheries, abattoirs, laiteries, voire étables. Il y a aussi de plus en plus souvent des conflits locaux quand les riverains se plaignent des épandages effectués, notamment quand ceux-ci sont facilement perceptibles (sulfate de cuivre ou engrais de ferme typiquement) et/ou soupçonnés d'être dangereux.

Le phénomène socio-spatial « NIMBY » (Not in my backyard, soit « pas dans mon arrière-cour ») conceptualise l'idée que les gens veulent bénéficier de certaines infrastructures essentielles, mais pas à côté de chez eux. On pense aux grandes installations (aéroports, autoroute, incinérateur de déchet, STEP), mais également aux abattoirs ou aux porcheries pour ce qui concerne l'agriculture, ou même aux grandes cultures peu agréables visuellement et aux traitements phytos pourtant indispensables.

Dans de nombreuses communes rurales, les nouveaux habitants peuvent changer l'équilibre politique en diluant l'influence des agriculteurs dans les exécutifs et législatifs. Le pourcentage de personnes actives dans l'agriculture dans une commune est très fortement corrélé aux résultats des votations liées à l'environnement. La périurbanisation favorise également la construction de bâtiments, l'extension de la voirie (trottoirs, pistes cyclables) et les mesures de protection de la nature, qui font perdre des terres agricoles par dézonage, expropriation et transferts fonciers. La hausse des prix de ce même foncier peut rendre difficile voire impossible l'acquisition de terres et la transmission de domaines.

### **LES HABITANTS DES VILLES OU LES URBAINS**

Les urbains représentent la grande majorité des habitants de notre pays et la proportion est crois-

sante. L'influence des ruraux dans la vie politique, économique et culturelle est déclinante. De plus en plus, le mode de vie urbain s'impose également dans les campagnes. Une certaine différence de mode de vie subsiste néanmoins de manière certaine entre « la ville » et « la campagne ».

Ces dernières années est apparu l'expression « bobo des villes ». Cette forme péjorative de qualifier les CSP+ (catégories socio-professionnelles privilégiées) des villes est souvent employée pour disqualifier les personnes éduquées de la classe moyenne. Cette expression est un contraire de « plouc » qui remplit le même rôle pour disqualifier les ruraux. Cette partie du grand public est souvent sensible aux discours des organisations environnementales qui vont présenter des alternatives très désirables (« Bio-Land-Schweiz ») à des problèmes présentés comme très graves voire rendant la vie impossible (pesticides, pollution des eaux, perte de biodiversité agricole). Les personnes plus éduquées ou des catégories socio-économiques privilégiées peuvent facilement penser qu'elles ne font pas partie du grand public car elles « savent mieux » ou « pensent mieux » et adopter des positions anti-agriculture « conventionnelle » par exemple.

Pour éviter cela, ainsi qu'une désinformation (ou « propagande ») venant d'acteurs anti-agriculture, les chambres d'agriculture et les interprofessions ont beaucoup développé ces dernières années leurs actions de vulgarisation, d'information et de communication auprès des urbains. Elles multiplient les animations pédagogiques et les événements agricoles (ou du terroir) directement au cœur des villes. Dans un autre ordre d'idées, elles organisent aussi de plus en plus d'animations destinées à faire découvrir la campagne aux urbains et leur permettre d'aller à la rencontre des paysans. Cette approche peut faire craindre une « Ballenbergisation » de l'agriculture, et cette question est souvent abordée dans les recherches anthropologiques ou sociologiques sur l'agriculture.

Les urbains sont aussi le gros des consommateurs de produits agricoles ou agroalimentaires en Suisse et sont donc une clientèle déterminante des paysans. Ces dernières années ont vu le développement de la vente directe et de la vente de produits locaux en « circuits courts », qui se sont ajoutés aux traditionnels marchés. On dit que les consommateurs « votent avec le porte-monnaie » et ce sont donc effectivement, in fine, les consommateurs urbains qui vont déterminer le succès ou non de tel ou tel type de culture, spécialité, variété, ou manière de produire.

### **CEUX QUI PENSENT NE PAS FAIRE PARTIE DU GRAND PUBLIC**

Les campagnes autour des votations récentes et en général les réactions sur les réseaux sociaux l'ont montré : il existe des personnes qui pensent ne pas faire partie du « grand public » mais plutôt de ce

que l'on peut appeler les « connaisseurs » ou au moins des « amateurs éclairés ».

Certains en font réellement partie du fait de leur formation, leur expérience, leur intérêt pour le sujet ou leur capacité à comprendre les concepts autour de l'agriculture. D'autres croient seulement en faire partie.

La psychologie a formalisé la personnalité « je-sais-tout » en « effet Dunning-Kruger », du nom des psychologues qui l'ont découvert. C'est l'idée que les personnes qui connaissent un peu un sujet (et se distinguent des ignorants complets) vont totalement surestimer leurs connaissances et croire qu'ils le connaissent même mieux que les spécialistes, tout en ne remarquant pas leur incompetence sur ce sujet. Cet effet se remarque très souvent sur les réseaux sociaux et l'agriculture en est souvent la cible : par exemple lors des forts gels de printemps de 2021 qui avaient touché les vignobles et les vergers – des personnes ironisaient sur le fait que « tout le monde savait bien que l'on ne plantait rien avant les Saints de glace ».

Des mécanismes voisins se retrouvent chez certaines des personnes qui aiment débattre sur les réseaux sociaux ou dans les pages de commentaire des médias en ligne, voire sur leurs blogs personnels, en usant de sophismes. Le sophisme est une affirmation qui a l'apparence de la vérité, de la logique (ou de la sagesse selon l'étymologie du mot), mais sans l'être en réalité. Des sophismes courants sont notamment le « cherry picking », qui consiste par exemple à ne sélectionner que l'exception qui arrange parmi de nombreuses études ou cas à disposition ; le « biais d'autorité », quand une personne qui a une bonne position sociale ou des diplômes a forcément raison quand elle affirme quelque chose, même notamment en dehors de son domaine de compétence ; ou encore du « mille-feuille argumentatif » qui consiste à empiler des arguments disparates pour en accroître l'effet et décourager une réponse qui prendrait beaucoup de temps et d'énergie.

Les erreurs de logique sont aussi souvent très présentes : corrélation au lieu de causalité, fausse analogie, normes et dangerosité, mauvaise compréhension des quantités, surfaces et ordres de grandeur...

Ces mécanismes sont à la base des argumentations de la plupart des « donneurs de leçons » qui alimentent l'agribashing que subit l'agriculture suisse à divers titres. La méconnaissance du fonctionnement de l'agriculture, des cultures et de l'élevage (fertilisation, labour, rotation des cultures, pesticides, engrais, lait, déchets agroalimentaires, parcellaire, lois, économie agricole...) font souvent le reste et amènent à des propositions de « solutions » à des crises qui n'existent souvent pas. Ces solutions passent par la permaculture, l'agroécologie, ou tout autre élément à la mode qui fonctionne peut-être pour un jardin mais se heurte aux réalités du monde agricole.



**Circuit paysan à Denens, organisé par Agriculture Durable. Photo : V. Chirichiello / Agriculture Durable.**

## CONCLUSION

Le « grand public » est une notion aux multiples sens. Les agriculteurs et leurs organisations doivent continuer à informer les différents types de grand public comme ils le font déjà. Les agronomes jouent aussi un rôle important d'intermédiaires auprès du grand public car ils ont souvent l'expérience des codes plus « urbains » liés à leur formation en ville. Il est très important de mettre plus l'accent sur les médias et les enseignants, qui ont un rôle de transmission et d'éducation central envers le grand public. Ils sont souvent mal informés des pratiques et problématiques agricoles et rurales. Les représentations sociales liées à l'agriculture et au territoire rural véhiculées dans les journaux et les manuels scolaires ont en effet une grande importance dans la formation de l'opinion publique. Il ne faut donc pas que le milieu agricole laisse cet aspect à ceux qui « pensent savoir » et/ou aux adversaires de l'agriculture. 🍷

Voir aussi notre interview de Yann Huguelit, directeur de la CNAV et nouveau président d'AGIR, dans ce numéro.