

Bilan des actions agricoles du Grand Genève

FICHE 3/7 : COMMUNICATION



BILAN DES ACTIONS AGRICOLES **DU GRAND GENEVE**

Auteurs :

Abadia Céline, AgriMandats
Chesney Christelle, Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc
Gudin Delphine, Chambre d'Agriculture de l'Ain
Meisser Marco, Prometerre
Wegmüller Fabien, AgriMandats

Avec l'appui de :

L'Équipe du Grand Genève, le Comité de Projet et les partenaires

NOTE :

La présente étude a été conduite afin d'établir un bilan des actions financées et réalisées par l'agglomération et celles poursuivies par d'autres acteurs du territoire. Il est à souligner que les fiches actions n'ont pas pour vocation d'être exhaustives. Il s'agit d'un point de départ pour avoir un niveau de connaissance commun sur les thématiques abordées par le Grand Genève et un diagnostic global de situation.

Les 7 thématiques traitées sont les suivantes :

1. Aménagement
2. Changement climatique
3. **Communication**
4. Environnement
5. Filières
6. Gouvernance
7. Pérennité des exploitations agricoles

Les 7 fiches sont indépendantes et peuvent être consultables sur le site internet <https://www.grand-geneve.org>.

3. Communication

3.1 Description

Contexte

Avec plus d'un million d'habitants et l'une des dynamiques démographiques les plus fortes d'Europe, le Grand Genève est un territoire de plus en plus urbain et péri-urbain. En 2018, 74% de la population suisse et 80% de la population française vivait en ville (Banque Mondiale, 2018). Les citoyens étant peu en contact avec le monde agricole, leur vision de l'agriculture est bien souvent erronée et nombre d'entre eux méconnaissent les enjeux et les problématiques qui y sont liés. Paradoxalement, cette population de plus-en plus citadine a des attentes croissantes envers l'agriculture. Le recours aux produits phytosanitaires, le bien-être animal, l'environnement, etc. sont autant de sujets sur lesquels les agriculteurs sont souvent pointés du doigt.

Les producteurs souffrent d'un manque de reconnaissance de leur métier, du fait de certains discours accusateurs relayés dans les médias et sur les réseaux sociaux. Les incivilités dont ils sont quotidiennement témoins sont également en cause. Les conflits d'usage tels que la divagation des chiens dans les cultures, les parkings sauvages dans les prairies, les ordures dans les champs etc. reflètent une grande méconnaissance et une absence de considération de la part d'une partie des usagers de la campagne envers le monde agricole. Ce qui frappe également, ce sont les préjugés que bon nombre de « citadins » entretiennent par rapport au travail, aux modes de production ou encore à la réalité économique des agriculteurs.

Par ailleurs, la demande en produits locaux est de plus en plus forte. Parfois, les habitants ne savent pas où les acheter. Ils connaissent également mal les produits qui sont issus du territoire.

Ainsi, il semblerait opportun d'augmenter le niveau de connaissance des habitants du Grand Genève sur l'agriculture du territoire afin de renforcer le respect des espaces agricoles, leur confiance dans les pratiques agricoles et l'approvisionnement en produits du territoire.

Les messages devraient par exemple porter sur les systèmes de production, sur le fonctionnement et le partage de l'espace rural, sur les pratiques et projets mis en œuvre par l'agriculture en faveur de l'environnement ou sur les produits locaux. Ils doivent permettre de sensibiliser les citoyens afin qu'ils deviennent des alliés de l'agriculture locale.

Diagnostic

Sur le territoire, différents acteurs ont déjà mis en place une communication sur certaines thématiques :

Sur la promotion des produits locaux

Genève : l'Office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE) est une fondation de droit privé dont l'objectif est de promouvoir les produits agricoles du canton. Le conseil de fondation de l'office est composé de représentants de l'Etat, d'Agrigenève et de toutes les filières agricoles du canton. Elle coorganise différents événements dans l'année (Festi'terroir, dégustations de vins, etc.), recense les producteurs locaux en partenariat avec la marque de garantie GRTA, communique sur l'agriculture locale.

Site internet : <https://www.geneveterroir.ch/>

GENÈVE
terroir

Haute-Savoie : les Organismes de Défense et de Gestion des AOP ou IGP (Syndicat Interprofessionnel du Reblochon, Syndicat Interprofessionnel du Fromage d'Abondance ou Savoicimes pour la Tomme, l'Emmental ou la Raclette de Savoie) ont leur communication propre sur leurs produits, que ce soit au niveau national (spot télé, pages Facebook, recettes, site internet) ou local (affiches, évènements...).

Les Organismes de Défense et de Gestion des deux Savoie sont réunis au sein de l'Aftalp qui communique également autour des fromages de Savoie : exploitations ou ateliers de transformation à visiter sur la route des fromages, évènements comme la Fête des fromages...

Site internet : <https://www.fromagesdesavoie.fr>



La Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc a par ailleurs mis en place un site internet pour communiquer sur les points de vente de produits locaux (à la ferme, magasin de coopérative, magasins de producteurs,...) intitulé « Producteurs Savoie Mont-Blanc ».

Site internet : <https://www.producteurs-savoie-mont-blanc.com>



Bienvenue à la Ferme, marque nationale des Chambres d'Agriculture, est un réseau de producteurs en vente directe et d'accueil à la ferme, avec des outils de communication, de promotion, d'accueil, de vente, régie par un cahier des charges.

Site internet : <https://www.bienvenue-a-la-ferme.com>



Il existe enfin une diversité de communication propre aux exploitations en vente directe (site internet avec possibilité de commande, page Facebook,...).

Ain : Le comité interprofessionnel de gestion du Comté, le Syndicat interprofessionnel de défense du Bleu de Gex assure leur propre communication sur leurs produits via des spots télé, les réseaux sociaux, leur site internet et la participation à un certain nombre de manifestations tout au long de l'année. Cette promotion se fait à différentes échelles : nationale, régionale et locale. La confrérie des amateurs de Bleu de Gex du Haut Jura assure également la promotion du Bleu de Gex au travers de la participation à différentes manifestations locales.

Saveurs de l'Ain est une démarche collective pilotée par Aintourisme, le Département, la Chambre d'agriculture, la Chambre des métiers et la Chambre de commerce de l'Ain. Projet de création d'une marque unique pour renforcer la promotion des produits locaux.



AGRILOCAL01 : Le Département de l'Ain adhère depuis 2015 à cette association qui a développé une plateforme numérique de mise en relation des fournisseurs locaux (agriculteurs, artisans et entreprises locales) et des acheteurs de la restauration collective. L'enjeu est aussi éducatif car la plupart des établissements inscrits sur la plateforme accueillent des scolaires. En 2019, la plate-forme de l'Ain a réalisé le 2e chiffre d'affaires national avec 164 acheteurs et 190 fournisseurs. Avec près de 400 000 repas « 100% Agrilocal01 » servis en 2019, elle répond aux enjeux de la Loi Égalim, issue des États généraux de l'alimentation.



District de Nyon : Vaud Terroirs (association à but non lucratif) joue le rôle d'organe de promotion de produits vaudois ; son but est de promouvoir les produits agricoles régionaux, la viticulture et le tourisme vaudois.

Site internet : <https://www.vaud-terroirs.ch>



Grand Genève : le site et l'application « Chez mon fermier » lancée en 2012 par le Grand Genève a pour vocation de recenser tous les exploitants de la région franco-valdo-genevoise qui font de la vente directe ou de l'agritourisme.



Site internet : <http://chezmonfermier.grand-geneve.org>

Sur la communication agricole auprès du jeune public

Genève et district de Nyon : L'école à la ferme est un programme qui permet de sensibiliser les élèves des cycles 1 à 3 aux thématiques en lien avec les rythmes de la nature, la production agricole et l'alimentation. Chaque année, des classes genevoises visitent des exploitations agricoles dans ce cadre.



Site internet : <https://www.schub.ch/fr/>

Genève : le projet MA-Terre ambitionne de développer l'intérêt pour une consommation alimentaire durable, issue de la production locale. Un programme de sensibilisation à la consommation durable est envisagé pour l'ensemble de la population : enfants, adultes, familles, entreprises mais également auprès des professionnels concernés par la question alimentaire. Ce programme sera construit de "la graine à la poubelle". Il se déclinera en différentes animations de sensibilisation en fonction de l'âge et des attentes du public cible ainsi qu'en formations professionnelles.

Haute-Savoie et Ain :

- « Un berger dans mon école », opération portée par la Société d'Economie Alpestre depuis 2001, permet de sensibiliser les scolaires à l'agriculture de montagne et au pastoralisme au travers de deux rencontres avec un berger ou un éleveur responsable de pâturage.

Un Berger dans mon école



- Les fermes pédagogiques, qui peuvent être labellisées Bienvenue à la Ferme ou non.

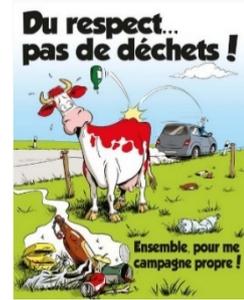
En Haute-Savoie, l'Aftalp met à disposition des enseignants un kit pédagogique qui aborde le territoire et l'environnement, la culture fromagère, l'alimentation et la nutrition. Cela peut être complété en classe par des ateliers animés par des agriculteurs.

Dans l'Ain, les journées alpage ont pour but de faire découvrir le fonctionnement des alpages et des exploitations agricoles au cours d'une ou 2 journées organisées durant l'été. Elles permettent d'accueillir 50 personnes par jour sur l'alpage afin de découvrir son fonctionnement, sa gestion.



Sur la Communication pour le respect des zones agricoles

Genève et district de Nyon : l'Union Suisse des Paysans a réalisé des panneaux et des brochures d'information à destination des promeneurs, notamment pour les sensibiliser à la question des déchets dans les parcelles agricoles.



Haute-Savoie, différents panneaux ont été mis en place :

- En alpage : des panneaux financés par le Département pour expliquer aux promeneurs le code des bonnes pratiques (refermer les clôtures, ne pas s'approcher des troupeaux et des chiens de protection,...)
- En plaine : différentes initiatives réalisées par le Syndicat du Reblochon et la Communauté de Communes du Genevois (sur la base des panneaux de l'Union Suisse des Paysans,...)



Ain : La Chambre d'agriculture et la SEMA (Société d'Economie Montagnarde de l'Ain) ont réalisé il y a quelques années déjà des panneaux pour communiquer autour des alpages : information des promeneurs qui entrent dans un alpage et information sur l'utilité des réserves d'eau.



De nouveaux panneaux sont en cours de finalisation avec la collaboration des Communautés de communes et le soutien du Conseil Départemental pour informer plus précisément sur les conduites à tenir lorsque l'on traverse un alpage.



Dans le cadre du PAEC Pays de Gex des panneaux d'information sont également en cours d'élaboration pour éviter que les bandes enherbées implantées le long des ruisseaux ne servent de chemin de randonnée aux citadins.



Sur la communication sur les pratiques agricoles :

Haute-Savoie : dans le cadre du PAEC, la Communauté de Communes du Genevois a financé une dizaine de panneaux pour expliquer aux habitants du territoire les efforts réalisés par les agriculteurs en matière de préservation de l'environnement et de la biodiversité, avec description des mesures mises en place (retard de fauche, absence de fertilisation, replantation de haies, arbres...). Elle a aussi organisé deux conférences de presse, au lancement du PAEC et en fin de programmation, avec des articles relayés dans les médias locaux.



Enjeux

- Augmenter le niveau de connaissance des habitants du Grand Genève sur l'agriculture locale ;
- Améliorer la cohabitation entre activités agricoles et loisirs ;
- Développer la consommation locale ;
- Faire prendre conscience aux habitants du Grand Genève que l'alimentation et les modes de consommation a un impact sur le tissu social local et agricole, ainsi que sur l'environnement.

Outils de planification et des politiques agricoles



Des lois cantonales sur l'agriculture qui soutiennent la communication

La Loi sur la Promotion de l'Agriculture (LPromAgr) à Genève et la loi sur l'Agriculture vaudoise (LVLAgr) poursuivent des objectifs similaires qui sont de maintenir et de promouvoir une agriculture productrice, de qualité, rémunératrice, concurrentielle, respectueuse de l'environnement et répondant aux besoins du marché et de la société.

Ces deux lois cantonales prévoient des mesures visant à favoriser les connaissances et l'éducation de la population en matière d'agriculture. Elles soutiennent la mise en valeur des produits agricoles, notamment leur consommation dans le cadre de la restauration collective et lors de manifestations ayant bénéficié de subventions cantonales.

3.2 Bilan du Grand Genève

Intentions décrites dans la documentation du Grand Genève

Voici quelques objectifs annoncés dans les différentes fiches action du Grand Genève :

- **Accompagner le développement agricole par la communication et la promotion (fiche 110d – PA 1 et 2).**
- **Répondre à la demande des consommateurs notamment sous l'angle d'une offre adaptée et identifiable de produits locaux (fiche U11 – PA 3).**
- **Positionner l'agriculteur en tant que (PA 3) : producteur alimentaire, acteur de la biodiversité et façonneur de paysage**
- **Expliquer les réalités d'une agriculture péri-urbaine au niveau de l'agglomération du Grand Genève (PA 3)**

Actions effectives réalisées par le Grand Genève

En 2011-2012, l'Agglomération a conduit une étude sur la communication et les représentations de l'agriculture du Grand Genève, afin de développer des outils de communication à l'échelle du territoire.

En parallèle, le Grand Genève a lancé l'application « Chez mon fermier » en 2012 dans le but de recenser les agriculteurs pratiquant la vente directe au sein du territoire.

En 2013-2014, un groupe de travail composé notamment d'agriculteurs du territoire avait proposé un plan d'actions sur la communication agricole.

L'Agglomération a ensuite mandaté une seconde agence de communication en 2017 afin de dresser un bilan de sa communication sur l'agriculture du territoire à partir des expériences passées, et de proposer une stratégie concrète pour la redynamiser.

Résultats

L'étude de 2011-2012 s'est finalement achevée en 2014. Elle a surtout consisté à dresser un état des lieux de la communication existante et des représentations de l'agriculture du Grand Genève. Un plan d'actions concret avait été budgétisé mais il n'a pas été validé par le Grand Genève.

L'application et le site internet « Chez mon fermier » n'ont pas rencontré le succès escompté et connaissent une perte de vitesse depuis plusieurs années déjà. L'application est actuellement inactive.

L'étude de 2017 a quant à elle proposé quatre mesures à mettre en œuvre pour améliorer la communication : la réalisation de mini vidéos, la création de partenariat avec les institutions de formation, la mise à jour de l'application « Chez mon fermier » et l'organisation d'un événement.

Suites données par d'autres acteurs

En France et dans le district de Nyon, il y a d'abord eu de l'animation auprès des producteurs, sur les marchés et lors de manifestations pour faire vivre l'application « Chez mon fermier » mais cela a périclité lorsque l'animation a cessé. Il en est de même à Genève, où l'Office de Promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE) participait à l'actualisation de la plateforme puis a cessé par la suite. Finalement, l'étude de 2017 a abouti à la publication de vidéos sur les producteurs de l'agglomération.

En 2019, trois petits reportages ont été diffusés sur le site de l'agglomération et un épisode de l'émission « Ensemble » a été dédié à l'approvisionnement en produits locaux.

Forces et faiblesses du Grand Genève

Faiblesses

- L'application Chez mon Fermier a été suivie jusqu'en 2019 mais elle n'a pas été mise à jour selon les dernières normes numériques, ce qui a conduit à son arrêt en 2020.
- De tels outils doivent bénéficier d'une promotion et d'une actualisation continues pour être identifiés et utilisés par les consommateurs et les producteurs.
- Depuis le lancement de Chez mon fermier, beaucoup d'exploitations ont développé leurs propres outils de communication (site internet, page facebook,...) → ces agriculteurs ont-ils encore un intérêt à participer à Chez mon fermier ?
- Des outils de communication sont déjà existants dans chaque région (producteurs Savoie Mont-Blanc, GRTA,...)
- De nombreuses structures (OPAGE, BAF, etc.) font déjà de la communication sur différents sujets et à différentes échelles
- La communication, le vocabulaire, les messages à faire passer ne sont pas toujours les mêmes entre la Suisse et la France
- L'agriculture manque d'outils et de moyens financiers pour communiquer. La communication est un métier à part entière
- Le district de Nyon est rattaché à une entité plus large (le canton), qui a ses propres marques. Ce territoire ne dispose pas d'un soutien spécifique (local) pour la promotion des produits comme c'est le cas à Genève (avec l'OPAGE). Par la force des choses, la promotion des produits du district de Nyon est donc moins poussée.

Forces

- Possibilité de s'appuyer sur des structures compétentes dans la communication
- Possibilité de s'appuyer sur des pratiques agricoles locales valorisables auprès des habitants pour sensibiliser et améliorer la cohabitation (AOP, pratiques environnementales)

Opportunités

- Possibilité de jouer sur plusieurs canaux de communication possibles (panneaux, réseaux sociaux, affiches,...) et plusieurs cibles possibles (enfants, citadins, randonneurs,...)
- Le « contexte covid-19 » pourrait être favorable à un rapprochement entre consommateurs et producteurs
- Les enjeux liés à l'utilisation de la zone agricole comme aire de loisirs sont partagés par l'ensemble des agriculteurs de l'agglomération

Recommandations et Perspectives

Objectifs cibles

- Augmenter le niveau de connaissance des habitants du Grand Genève sur l'agriculture locale
- Instaurer une cohabitation harmonieuse avec la population, une compréhension et un respect mutuels

3.3 Pistes d'action par échelles d'intervention

Agglomération

- Si volonté de maintenir « Chez mon fermier », nécessité de le remettre à jour, de le moderniser et d'en faire la promotion auprès des agriculteurs ;
- Retravailler une stratégie de communication commune au sein de l'agglomération (remettre à jour le plan d'actions de 2014, mettre en place des outils de communication) ;
- Informer les producteurs sur les attentes des consommateurs ;
- Sensibiliser le public à la multifonctionnalité de l'agriculture et aux pratiques agricoles locales ;
- Orienter les pratiquants de loisirs en zone agricole sur des chemins balisés et accompagnés d'une communication ;
- Créer un modèle de chartes de cohabitation avec les nouveaux habitants ;
- Travailler sur un fascicule sur l'agriculture locale à destination des politiques du Grand Genève ;
- Valoriser les bonnes pratiques et les actions innovantes (ex: Prix de l'agriculture – innovation).

Cantonale / Départementale

- Suisse : mettre en œuvre une signalétique sur l'agriculture dans l'espace rural

Communale / intercommunale

- Suisse : Informer et sensibiliser les promeneurs aux pratiques agricoles (remettre en place des gardes champêtres)
- Déployer les moyens de communication imaginés au niveau du Grand Genève
- Mettre en œuvre la charte auprès des nouveaux habitants



GLCT Grand Genève

Présidence du Conseil d'Etat
 Rue de l'Hôtel-de-Ville 2
 Case postale 3964 - 1211 Genève 3

**Pôle métropolitain
 du Genevois français**

T +33 (0)4 50 04 54 08
 infos@grand-geneve.org

Région de Nyon

T +41 (0)22 361 23 24
 info@regiondenyon.ch

**République et
 Canton de Genève**

T +41 (0)22 546 73 40
 grand-geneve@etat.ge.ch