



Rapport d'orientation



Assemblée Générale



12 - 03 - 2021
Châteaulin



Sommaire

Introduction	p.4
I- Les constats	p.5
La question de l'image <i>Des consommateurs</i> <i>Des médias</i>	
Les évolutions sociétales De la consommation <i>De la main d'oeuvre</i> <i>Des agriculteurs</i>	
II- Travailler en agriculture	p.7
La présentation du métier <i>Les conditions de travail</i> <i>Le relationnel</i> <i>Le rôle essentiel</i> <i>Les avantages économiques</i> <i>L'engagement professionnel</i>	
Les évolutions <i>Les nouvelles technologies</i> <i>L'environnement</i>	
III- Moyens et actions mis en place	p.9
Rencontre des différents acteurs Un enseignement agricole adapté à tous les profils Un réseau dynamique de jeunes agriculteurs	
IV- La stratégie de communication	p.10
Les messages Les cibles Les actions	
V- Conclusion	p.14

Remerciements

Le Conseil d'Administration remercie les Jeunes Agriculteurs ayant participé à la rédaction de ce rapport d'orientation: Sabrina Suignard, Myriam Hélias, Guillaume Divanach, Loïc Bernard, Julien Kerebel, Mathis Plouguerné, Sébastien Buors.

Ainsi que Sophie Quoniam, animatrice Communication & Evènementiel qui a accompagné les JA dans l'élaboration de ce rapport.



Introduction

L'agriculture regroupe «*l'ensemble des activités et savoir-faire ayant pour objet la culture des terres pour la production des végétaux et des animaux utiles à l'Homme*». Etant le 1er secteur économique produisant des matières premières non transformées, l'agriculture est donc un poids lourd du territoire sur le plan économique, social et environnemental.

Quelques chiffres (2018) clés de l'agriculture dans le Finistère:

- **120 installations aidées** par an, dont 38% en HCF (Hors Cadre Familial)
- 7190 exploitations, soit **une baisse de 5 %** en 4 ans et dont 50% des exploitants ont plus de 50 ans.
- La part des femmes (1800) est en **augmentation constante** tous les ans, et représente aujourd'hui 1/3 des salariés agricoles, tous secteurs confondus
- **26 000 salariés agricoles**, soit 8% de plus en 3 ans, et dont 10 000 ETP (5% de plus en 3 ans). Sur les 10 000 ETP, 7 000 sont en cdi.
- **La moitié de la main d'oeuvre est en culture spécialisée**, soit 13% de plus depuis 2015, et ¼ en élevage de petits et gros animaux.
- **1 700 offres d'emploi** sont à pourvoir. Les pays de Brest et de Morlaix sont les bassins qui recherchent le plus de main d'oeuvre.

Au vu de la pyramide des âges, le nombre de salariés agricoles pourrait considérablement augmenter dans les années à venir offrant ainsi beaucoup d'opportunités d'emploi, mais aussi pour les jeunes souhaitant s'installer.

Cependant, entre les nombreux départs en retraite imminents, la difficulté de trouver des salariés sur les exploitations, et les porteurs de projets en installation pas assez nombreux pour pallier les départs, le renouvellement des générations en agriculture est le grand défi de demain! Malgré les actions et dispositifs existants pour promouvoir notre métier auprès de tous, **comment le rendre plus attractif ? Quelle image lui redonner ?**

**Salarié en exploitation ou futurs installés, en agriculture,
des métiers d'avenir !**

1) Les constats

La question de l'image

Des consommateurs

Webagri annonce que 84% des français ont une bonne opinion de l'agriculture ce qui prouve qu'ils sont attachés à l'agriculture française. La bonne image leur vient du fait que les agriculteurs font de réels efforts aux niveaux économique, environnemental, technologique et social car, de plus en plus, les agriculteurs vont à la rencontre des gens pour expliquer leur métier et leur façon de travailler. L'agriculture est une activité où les métiers qu'elle comprend sont à la fois une reconnaissance, une fierté mais aussi un investissement avec des contraintes comme le salaire, les heures, les imprévus, qui peuvent empiéter sur la vie privée, tout comme les congés qui ne sont pas de 5 semaines.

Dans les médias

L'agriculture française est souvent mal représentée dans les médias, notamment sur des sujets comme les pesticides, la pollution, le bien-être animal... Autant de sujets qui font réagir et qui enrichissent le phénomène d'agribashing. Alors que seulement 2% de la population française a une mauvaise image de l'agriculture, il est très fréquent que les médias parlent de l'agriculture pour n'en présenter que les aspects négatifs. On parle toujours des trains qui arrivent en retard, jamais de ceux qui sont à l'heure...

Ce constat est dû aujourd'hui au clivage «villes/provinces», qui est de plus en plus important, et aux réseaux sociaux où la profession agricole est encore sous-représentée. On note aussi l'abreuvement des médias de fausses informations de la part d'associations écologistes, abolitionnistes qui promettent buzz, grand audimat et hystérisation des débats aux médias.

Les médias ne savent parler positivement de l'agriculture qu'au moment du salon de l'agriculture, 15 jours par an, quand d'autres montrent une image bucolique de notre métier. Entre reportages à charge, émissions alarmistes et autres, les français ne savent

plus que croire.

Certes, il sont une infime partie à consulter la presse spécialisée et sont plutôt qualifiés de «français curieux», mais soucieux de comprendre les enjeux agricoles de demain. Quelques agriculteurs ont repris la communication en main sur différents réseaux sociaux, et sont aujourd'hui des interlocuteurs fiables pour la presse, mais encore trop peu nombreux et ne pouvant répondre à toutes les sollicitations.

Dans un sondage de la France Agricole, les agriculteurs s'estiment à 50 % plus efficaces que les médias pour parler de leur métier! En revanche, 8,9 % accordent leur confiance aux grands médias nationaux pour redorer leur image.

Les évolutions sociétales

De la consommation

L'estampillage des produits locaux (Produit en Bretagne, Nos régions ont du talent, Terres de Breizh...)est complété par une demande et un développement fort d'affichage des caractéristiques du produit: bio, lait de pâturage, sans OGM, sans nitrites etc...

Par ailleurs, selon WiziFarm, la vente directe représente 5 à 10% de la consommation alimentaire totale en France, et on sait que l'utilisation de circuits courts a été en hausse avec la période de crise sanitaire.

Dans l'ensemble, les consommateurs retrouvent l'intérêt de savoir ce qu'ils mangent, redécouvrent leur assiette et par conséquent l'agriculture. Les GMS l'ont bien compris, et ne cessent d'abuser et de s'approprier la bonne image des agriculteurs affichée partout comme argument de vente.

De la main d'oeuvre...

On constate un changement, une évolution au niveau du travail en agriculture. Manque d'intérêt, de motivation, de nouvelles envies... la valeur travail a évolué et le monde agricole ne correspond plus forcément aux attentes et aux volontés de la nouvelle génération: travail trop difficile, mauvais salaire, trop d'heures. Ainsi, pour pallier à ce manque, les agriculteurs sont forcés de faire appel à de la main d'oeuvre étrangère (pays de l'Est, arabes, africains).

... et des agriculteurs

On le sait, le monde agricole est réputé pour être accueillant, chaleureux et convivial. Cependant, l'accueil d'un stagiaire sur l'exploitation pour lui faire découvrir le métier peut s'avérer compliqué. En effet, les agriculteurs attendent des compétences, une maîtrise immédiate des outils et des techniques, une autonomie et les connaissances nécessaires.

Le stagiaire, quant à lui, attend une intention, une transmission car il est là pour apprendre, développer ses connaissances, progresser et découvrir le métier.

C'est pourquoi, les agriculteurs doivent apprendre à gérer l'accueil d'un stagiaire, et surtout à savoir prendre le temps de former de futurs installés ou salariés. Cette prise de temps pour la formation est primordiale pour l'accès aux métiers de l'agriculture et au renouvellement des générations.

2) *Travailler en agriculture*

La présentation du métier

Le métier d'agriculteur ou salarié en exploitation offre de nombreux et divers avantages permettant ainsi une ouverture et une accessibilité des métiers au plus grand nombre.

Les conditions de travail

- Travail de plein air, nombreux travaux à l'extérieur
- Modernisation de l'outil de production pour moins de pénibilité grâce à la domotique et la robotisation.
- Un métier passionnant et en lien avec la nature
- Forte diversité d'offre de production en Bretagne
- Souplesse dans le travail grâce notamment à une planification à l'avance des semaines notamment en élevage avicole et porcin.

Le relationnel

- Grande volonté de partage et transmission du savoir faire entre les générations
- Nombreux échanges avec les acteurs para-agricoles: salarié, technicien, commerciaux, vétérinaire, banquier, comptable ...
- Implication dans les décisions de l'entreprise
- Peu de liens hiérarchiques compte tenu du format familial des exploitations

Le rôle essentiel

- Nourrir la population
- Entretien le paysage (haies, talus...)
- Créer de l'emploi et de la valeur

Les avantages économiques

- Bons salaires en élevage
- Proximité de l'emploi
- Sécurité du métier (CDI + offre d'emploi importante)
- Comité d'entreprise (CESA 29), conventions collectives
- Avantages sociaux: primes, intéressement, 13ème mois...
- Evolution hiérarchique rapide

L'engagement professionnel

- Maintien des performances techniques
- Nouveautés technologiques : drones, robots, GPS
- Savoir-faire de qualité reconnu
- Formations diverses et régulières

Les évolutions

Les nouvelles technologies

Les exploitants et salariés agricoles côtoient de plus en plus les nouvelles technologies dans leur travail. De nombreux exploitants ont pris la décision d'automatiser leurs exploitations pour un gain de temps, mais aussi pour améliorer leurs conditions de travail et celles de leurs employés. Les nouvelles technologies installées sur les exploitations sont, pour la plupart d'entre elles, connectées via des applications sur les smartphones.

Celles-ci permettent au personnel travaillant sur l'exploitation de gérer de leur smartphone ou d'une tablette :

- Les bâtiments (caméras pour surveiller les vèlages à distance, systèmes de ventilation et chauffage connectés)
- Le cheptel (système d'alimentation automatisé, robots de traite, compteur à lait de salle de traite connecté au logiciel de gestion du troupeau, détecteurs de chaleurs).

L'environnement

Les agriculteurs et leurs salariés sont des acteurs essentiels pour le maintien de la végétation. Ils entretiennent le paysage et permettent de limiter l'érosion des sols grâce à la plantation d'arbustes et de haies, mais aussi la création de talus (depuis une dizaine d'années, ce sont plus 3500 kms de haies plantés en Bretagne).

De plus, ils produisent des énergies renouvelables grâce à la méthanisation (transformation des effluents des animaux), l'installation de panneaux solaires sur leur bâtiments....

3) Moyens et actions mis en place

Rencontres des différents acteurs

- Forum Installation
- Métiers Verts

Un enseignement agricole adapté à tous les profils

- Jugement de bétail
- Demain je
- FDL/VDC

Un réseau dynamique de jeunes agriculteurs

- Agrifête
- Agrideiz
- Evènements grand public
- Communication positive

4) La stratégie de communication

Les messages

Toujours dans une démarche de communication positive du métier, nous prôtons notre métier à travers des actions diverses et variées, sur différents supports et canaux, et auprès de tous publics.

Le métier étant extrêmement riche, les messages que nous véhiculons en sont à son image. Par conséquent, peut-être que trop d'informations sont envoyées, trop de messages tuent le message...

Aussi, nous avons choisi de faire ressortir 4 mots essentiels qui rassemblent les caractéristiques et les avantages du métier précédemment présentés:

FIERTE / EVOLUTION / RELATIONNEL / POLYVALENCE

Par ailleurs, l'attractivité se définit comme «*attractant, captivant, qui plaît, séduit et attire par son charme*». Donc, quand on parle ici d'attractivité des métiers de l'agriculture, la réponse ne se trouve t'elle pas dans la question? Nous devrions envisager un nouvel angle de communication pour attirer et rendre l'agriculture attrayante.

Rendons l'agriculture séduisante et mettons en valeur ses atouts

Enfin, on tient pour acquis que l'agriculture est ouverte à tous types de profils, et que chacun peut y trouver ses intérêts, son épanouissement et répondre à ses attentes. L'agriculture, c'est des métiers pour tous: reconversion, non issu du milieu agricole, femmes...

Derrière chacun de nous peut se cacher un agriculteur

Les cibles

Pour la communication, les cibles sont importantes, car même si le ou les messages restent identiques, ils doivent cependant leur être adaptés pour qu'ils puissent être bien transmis et captés. C'est pourquoi, pour les métiers de l'agriculture, nous tiendrons compte des cibles suivantes:

- *Les personnes issues du monde agricole (IMA)*, avec l'objectif de les encourager à travailler en agriculture à la suite de leurs parents, mais aussi leur montrer une réalité, une évolution du métier différent de celle qu'ils peuvent connaître. Malgré les classes agricoles remplies dans les établissements, on constate un décrochage d'une grande majorité, soit pour se réorienter, soit pour travailler dans le para-agricole. La part des jeunes souhaitant s'installer ou travailler en exploitation reste très faible.

- *Les personnes non issues du milieu agricole (NIMA)*. En forte augmentation, cette cible est la plus importante car elle concerne tout le monde. L'agriculture est accessible à tous les profils, il faut donc pouvoir pousser ces personnes à s'orienter vers les métiers de l'agriculture, en valorisant les nombreuses formations dispensées, mais aussi l'image du métier.

- *Les personnes en reconversion professionnelle*, qui apparaissent de plus en plus, sont à attirer en levant les freins et en soulignant les opportunités qu'offre l'agriculture. Les personnes en reconversion professionnelle sont dans l'optique de répondre à de nouvelles attentes professionnelles, il faut donc valoriser l'agriculture et leur montrer que notre métier est en mesure de leur correspondre.

- *Les femmes*. La part des femmes dans les actifs agricoles est de plus en plus importante. Et pour cause, elles ont toujours été présentes dans l'agriculture mais non représentées, et leur place n'était pas reconnue. Aujourd'hui, elles sont cheffes d'entreprises, porteuses de projets, et ont tout le crédit pour trouver leur place.

Les actions

Ainsi, dans le cadre de cette stratégie de communication axée sur l'attractivité du métier, **comment l'agriculture peut-elle séduire?** Dans l'ensemble, c'est l'image de l'agriculture et des métiers qui est en jeu finalement, peu importe les cibles, le tout porte sur la perception, les a priori, ou même les clichés que peuvent avoir les gens. C'est donc par là qu'il va falloir commencer, et rendre l'image de l'agriculture attrayante et séduisante; et pour cela, on apporte plusieurs propositions.

Opération séduction pour les JA29

L'image des agriculteurs est très souvent reprise et utilisée comme argument de vente, et cela fonctionne. L'idée est donc pertinente et mérite d'être reprise à notre avantage. Sportifs, chefs étoilés, acteurs, humoristes, miss..., les personnalités publiques et populaires sont fortement appréciées du grand public et disposent donc d'une influence certaine, de par leur métier, leur notoriété; qui nous permettrait de mettre en avant notre image à travers eux et leur soutien.

Valorisons les métiers de l'agriculture grâce à la notoriété, l'image et l'influence de personnalités = vecteurs d'influence.

Pour cela, différents types d'actions peuvent être envisagées:

- Convier des chefs étoilés sur un évènement JA autour du «Manger français», en organisant un concours de cuisine parrainé par un chef.

- Profiter de leur faire visiter des exploitations en amont pour leur expliquer le métier, les pratiques, et qu'il faut des hommes et des femmes pour produire, avec une conférence de presse.

- Réaliser des vidéos avec un fil conducteur sur le métier en association avec les personnalités qui passeraient des messages.

- S'associer à des influenceurs, Youtubeurs

- Inviter les personnalités à passer une journée sur une exploitation en mode reportage / télé-réalité inspiré des émissions «Rdv en terre inconnue» ou «Vis ma vie».

- Mettre en lien, en relation le sport et l'alimentation

En parallèle, il y a un travail à réaliser auprès des médias qui ont un fort pouvoir d'influence sur les gens et une crédibilité acquise. La communication positive du métier ne ressort dans les médias qu'au moment du Salon de l'Agriculture, le reste de l'année est plutôt pauvre en terme de sujets à notre crédit. C'est nous, agriculteurs, qui sommes les seuls à pouvoir parler de notre métier, à communiquer, et avons, par conséquent, droit à la reconnaissance et à la crédibilité qui nous revient de droit.

NOUS sommes les experts, les professionnels de l'agriculture et nous devons être vus comme tel. Utilisons l'influence des médias pour parler de notre métier, mais ne les laissons pas parler pour nous.

Dans cette optique, on propose:

- De rencontrer les différents médias pour échanger sur des formes de partenariat, leur faire savoir que nous sommes présents, ouverts et disponibles pour leurs sujets.

- Leur proposer la diffusion de portraits d'agriculteurs, de dossiers thématiques, de documentaires, de vidéos...

D'une manière générale, le but est d'aborder notre communication positive autrement pour tenter de capter les gens par un angle différent de communication. Nous disposons déjà d'un panel d'actions mises en place, il est donc aussi envisageable de s'en inspirer, de les revoir, les améliorer, apporter de nouveaux contenus en tenant compte de cette nouvelle stratégie de communication de séduction, d'attraction.

On est jeunes, on innove, on se renouvelle, on prépare l'avenir, on relève les défis. **Et c'est dans ce sens qu'il faut appuyer notre titre de «jeune agriculteur».**

L'agriculture, c'est le champ des possibles: rejoignez l'aventure !

- Présence sur les réseaux sociaux, création de communautés: #agrifriendly, we love agri, j'aime mes agriculteurs

- Réalisation de vidéos de promotion métier sur des thèmes avec une vision d'avenir, du métier de demain

5) Conclusion

Le monde agricole est confronté à un retard de communication, et fait face à un double réveil des consommateurs sur le métier et ses pratiques d'une part, et sur le contenu de leurs assiettes d'autre part. L'agriculture a évolué très rapidement pour s'adapter à la conjoncture, aux besoins, aux changements, à la consommation. Et aujourd'hui, c'est la rupture. Il faut des produits de qualité à bas prix. La France est un pays gastronomique, reconnue dans le Monde comme l'agriculture la plus durable, avec des produits de qualité, soyons fiers et valorisons-le !

Par ailleurs, les conditions économiques actuelles du monde agricole est une réalité qui porte atteinte au renouvellement des générations en agriculture. Force est de constater que sur le plan de communication, les revendications d'une meilleure et plus juste rémunération sont en conflit avec l'attractivité du métier.

Cependant, le combat continue, le défi de renouveler les générations est pour demain! Le contexte sanitaire actuel amène les gens à se réorienter professionnellement, à revoir leurs attentes, leurs envies, leurs besoins, orientons-les vers l'agriculture qui offre autant de possibilités pour chacun, captons leur intérêt, séduisons les gens par la valorisation de nos productions, l'humour, le décalé, retournons les clichés à notre avantage, soyons imaginatifs, inventifs et positifs !

**L'agriculture, des métiers d'avenir, construisons
le monde de demain !**

Jeunes Agriculteurs du Finistère

24 Route de Cuzon
29000 QUIMPER
02 98 52 48 21
jeunes-agriculteurs@ja29.com

@ www.ja29.com



@JeunesAgri29



@JA_Finistère

Jeunes
Agriculteurs
Demain se construit aujourd'hui
Finistère