SYRPA 5 à 7 du jeudi 17 juin 2010 dans les locaux de Prolea

Nature Capitale
Bilan et perspective d'un évènement exemplaire

20 ans après la Grande Moisson, déjà mise en scène par les jeunes agriculteurs et Gad Weil, les Champs Elysées sont redevenus, pour 48 h, les 23 et 24 mai 2010 (dimanche et lundi de Pentecôte), le théâtre d'une opération de communication de grande ampleur tournée vers le grand public. Cette organisation inédite, inouïe et inespérée, réalisée par Gad Weil et Laurence Medioni marque la reprise en main de la communication des jeunes agriculteurs pour défendre l'image de l'agriculture. L'axe choisi fut de montrer la biodiversité dont la journée mondiale tombait par une coïncidence heureuse le 22 mai. Nature Capitale s'est également déroulé pendant que la Loi de Modernisation de l'Agriculture était en discussion au sénat jusqu'au 26 mai. Elle a d'ailleurs été votée le 29 mai. Deux ans et demi ont été nécessaires pour mettre au point cette manifestation, puis 12 heures et 500 personnes pour installer 3 hectares de nature entre le rond point des Champs Elysées et l'Arc de Triomphe, permettant au public de se promener sur un parcours de 1,2 km à travers les 8 000 parcelles de 1,2 m^2 accueillant 150 espèces agricoles cultivées (céréales, colza, tomates, pommes de terre … etc.) ainsi que des essences forestières (11 000 jeunes arbres, 610 grands arbres et 150 000 plants) sans oublier les animaux de la ferme. L'opération est un immense succès puisqu'elle a accueilli environ 1,9 millions de personnes, heureuses de voir, souvent pour la première fois en culture, les plantes qu'elles ont l'habitude de consommer dans leur assiette. Une opération séduction très bien orchestrée et bien expliquée sur place par des panneaux d'information, et 100 jeunes agriculteurs disponibles pour parler de leur métier. De plus un site dédié est ouvert et de nombreux mini films ont été réalisés avant et pendant la manifestation. Nature Capitale a reçu la visite du Président Nicolas Sarkozy, du ministre de l'agriculture Bruno Lemaire, de Jean Louis Borloo et de nombreux autres ministres. L'évènement a aussi fait le tour du monde à travers les journaux et les télévisions.

Le 17 juin, à l'initiative de Florence Doat Matrot, une cinquantaine de membres du SYRPA se sont retrouvés pour recueillir, après l'évènement Nature Capitale, l'avis de Gad Weil, de l'agence d'évènement la Fonderie et William Villeneuve, des Jeunes agriculteurs.

Gad Weil, qui organise depuis 30 ans des événements de rue et pour lequel Nature Capitale était le 6ème évènement sur les Champs Elysées, nous sensibilise tout d'abord à la folie du projet. Ce type d'évènement proposé dans un brief (réflexion) n'aurait aucune chance d'aboutir. La prise de risque est beaucoup trop importante ! Il demande un certain savoir faire et la maitrise de l'avancement du projet qui, bien souvent n'obtient les autorisations que 48 heures après son lancement. Ici, par chance, nous les avons eues 48 heures avant ! Le public croit que l'organisation

vient de la mairie de Paris, qui en fait n'y est pour rien, tout repose sur l'agence La Fonderie et la volonté de stimuler l'engouement du public.
Gad Weil signale qu'une perspective d'organiser une opération « Nature Capitale » mais plus modeste serait possible à l'automne à Lyon. La Fonderie va maintenant proposer cette opération partout dans le monde. LU et Suchard (Groupe Kraft) réfléchissent à sponsoriser l'évènement aux USA. Et d'autres projets sont à l'étude. http://www.la-fonderie.fr

William Villeneuve, Président des Jeunes Agriculteurs (de juin 2008 au 08/06/2010), donc pendant Nature Capitale, s'est exprimé car Carole Doré, jeune agricultrice et chargée du dossier Nature Capitale n'avait pu venir. Carole Doré a été réélue Vice-présidente au 44e congrès (08/06/2010).

« La société dans son ensemble et l'agriculture sont confrontés à de grandes mutations depuis quelques années. Avec la future PAC, nous sommes à la croisée des chemins.
Chez les jeunes agriculteurs, depuis 2008 nous cherchions à communiquer autrement, dans cette période troublée.
Nous ne voulions pas refaire la Grande Moisson. Ce n'était pas possible car le monde a changé et l'agriculture a besoin de diversité et de plus d'agronomie. Nous recherchions une communication positive, simple, qui s'adresse au consommateur et à l'opinion. Quand Gad Weil est venu nous voir avec son projet, j'ai tout de suite pensé qu'il fallait le faire. Nous avons donné notre accord car c'était à nous jeunes agriculteurs de mener cette opération.

Lors de la préparation de Nature Capitale, une certaine éthique de communication s'est imposée et nous devions faire attention au choix des partenaires et sponsors.

Gad Weil a seulement retenu 2 grands partenaires : Les jeunes agriculteurs et Bois et Forêt de France. Puis il y a eu les sponsors : Prolea, Monoprix, Lu, Jacques Vabre, Ratp, Heineken, Géodis, Crédit Agricole, Mairie de Paris, Région Aquitaine...

Les jeunes agriculteurs ont supporté les frais de la présentation du plateau végétal (culture, mise en place). Aujourd'hui toutes les dépenses ne sont pas couvertes, d'autant plus que nous avons eu des dépassements par rapport aux prévisions.

Nous avons travaillé de façon sincère, volontaire et sympathique, et en très bonne harmonie. Même avec la préfecture les relations ont été excellentes et elles se sont améliorées au fur et à mesure, avec la responsable Françoise Hardy (de son vrai nom !). Il n'y a eu aucun incident au cours des deux jours et la préfecture nous a félicités. La mairie de Paris, quant à elle, souhaitait une nouvelle opération des jeunes agriculteurs depuis celle, intitulée « un week-end sur terre ».

Nous avons eu beaucoup de chance avec le temps très beau et chaud. Nous étions sur la plus belle avenue du monde, c'est un endroit magique, comparable à aucun autre dans Paris et cela faisait la différence. On nous avait dit un week-end de

Pentecôte, il n'y aura personne dans Paris, c'est vrai nous avons eu 1,9 millions de visiteurs !

Les retombées médiatiques ont été considérables et mondiales, pas seulement en Europe ou aux USA mais partout dans le monde et même dans des pays que l'on n'aurait pas imaginé.

En tant que jeunes agriculteurs nous avons profité de l'opération à notre façon pour communiquer. Nous avons placé 5 porte-paroles et plus d'une centaine de jeunes pour rencontrer le public, le renseigner et faire passer notre message.

Nous avons voulu parler positivement des produits issus de l'agriculture et des hommes qui y travaillent,

Nous défendons l'idée d'un pacte alimentaire à proposer aux politiques : Au gouvernement d'une part et nous avons rencontré le président Sarkozy quelques jours après pour en discuter et, au PS d'autre part, à qui nous avons fait nos propositions.

Nous voulons proposer au citoyen de consommer localement pour soutenir l'activité agricole et nous voulons que les élus s'impliquent pour obtenir l'engagement des collectivités de s'approvisionner localement en restauration collective.

Nature Capitale prouve que l'opinion publique soutient l'agriculture. Les visiteurs étaient ravis. Le dialogue a pu s'instaurer pour expliquer nos productions. Nous leur avons dit « vous pouvez être acteur dans vos assiettes pour nous faire travailler ». L'opinion publique a bien reçu notre message, elle nous a dit « on croit en vous on a besoin de vous ».

Il n'est pas possible de produire « low cost » et de maintenir des agriculteurs qui vivent de leur métier.

De plus, l'agriculture est acteur important dans le monde rural. Celui-ci risque de s'effondrer si la politique menée supprime les agriculteurs dans les campagnes. Cela coutera moins cher en budget de l'Etat de favoriser « une marque France » afin que les citoyens consomment les produits de l'agriculture française, plutôt qu'une politique de territoires ruraux sous perfusion parce qu'ils sont appauvris.

Nous n'avions pas les moyens financiers pour nous lancer dans une communication onéreuse. On a donc surtout communiqué sur le net et nous avons utilisé le blog qui a très bien marché. Nous avons eu un engouement des réseaux sociaux. Nous avons su créer du désir, de l'envie.

Les jeunes agriculteurs ont réussis à parler d'une seule voix, au non de toute l'agriculture pour défendre tous ses aspects, alors qu'il aurait été impossible de mettre toutes les filières autour de la table.

D’ailleurs lorsque nous, jeunes agriculteurs, nous avons parlé en réunions interprofessionnelles de l’opération Nature Capitale, nous n’étions pas compris... Personne n’y croyait. Depuis, les filières reconnaissent ne pas y avoir cru. Il y avait aussi le risque de n’être perçu que comme des jardiniers ou la DDE, pas comme des producteurs.

C’était aux jeunes agriculteurs de le faire. On défend l’avenir de l’agriculture.

Nous avons eu pendant et après la manifestation des témoignages d’encouragement et de félicitations de la part d’agriculteurs auxquels nous sommes sensibles Par exemple Jean Luc Duval, agriculteur dans l’Orne et ancien Président des JA ;

Sur les Champs Elysées, nous avons écarté les discours techniques, ou trop élaborés. Sur place, les cultures ont été présentées dans une très grande sobriété, avec aucune production complémentaire d’image ou de son. On a juste planté un décor. Il y avait quelques panneaux explicatifs et surtout pas trop de message à faire passer. Erik Orsenna a été notre conseiller. Il nous a recommandé de nous limiter à 3 messages maximum, sinon l’ensemble est inaudible et les gens ne retiennent rien.

Nous avons souhaité défendre 3 idées fortes :
Alimentation / **territoire** / **biodiversité**. C’est sans doute le thème de la biodiversité qui a le plus marqué les esprits. Mais c’est le travail de l’homme qui fait la biodiversité. L’agriculteur est un acteur de la biodiversité. Il y avait un risque d’effet boomerang et d’une mauvaise compréhension sur le rôle de l’agriculture dans la biodiversité. Heureusement l’adhésion massive de la population a fait taire la critique et a effacé la contradiction. Finalement même les associations contre nous, ont rallié notre discours. Le public s’est approprié l’évènement au-delà de nos espérances.
L’agriculture a gagné en crédibilité avec Nature Capitale.

On a touché les gens au cœur, par du lien social. Le lien avec la nature et avec la terre reste un lien charnel, très affectif.

L’histoire de Nature Capitale va se bonifier avec le temps et c’est à la nouvelle équipe élue au dernier congrès des jeunes agriculteurs d’exploiter ce succès et le faire vivre. On doit capitaliser sur cet acquis et voir comment aller plus loin. Nous sommes conscient du besoin de continuité pour faire vivre le message de Nature Capitale et surtout en région car c’est une opération d’abord nationale et sur le sol parisien. C’est tout un nouvel état d’esprit à transmettre au consommateur. Nature Capitale ouvre une nouvelle ère de communication et nous découvrons chaque jour de nouvelles opportunités de contacts avec des structures que l’on ne connaissait pas. Nous travaillons avec de nouveaux medias depuis cette opération.

Nous avons fait appel aux régions pour l’installation et la tenue du marché des terroirs de France au Rond Point des Champs Elysées. En tout, près de 600 jeunes agriculteurs se sont relayées pour couvrir les deux jours. Les marchés des terroirs ont très bien fonctionné. Le public était heureux de rencontrer des producteurs. Les

gens veulent mettre de la proximité et du sens dans la nourriture qu'ils achètent. Ils veulent mettre un visage derrière un produit. La population s'intéressent à ce qui se passe dans l'agriculture, à nous de le faire vivre.

Tous les territoires de France étaient représentés. Pour le réseau JA c'est fabuleux et pour ceux qui y sont venus, c'est un souvenir formidable.

Nous étudions comment donner une suite à l'opération en région.

Notre challenge vis-à-vis du consommateur : d'une part, lui faire comprendre la saisonnalité des produits et d'autre part lui donner envie de consommer et de soutenir des produits issus de l'agriculture française. »

http://www.naturecapitale.com

http://www.dailymotion.com/video/xdfhti_interview-tv-gad-weil-du-24-mai-201_news

http://resonance.naturecapitale.com/Nature-Capitale-un-moyen-efficace-de-sensibiliser-l-opinion-publique-sur-les-grandes-questions-de-l-avenir_a257.html

http://resonance.naturecapitale.com

&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&&