**Compte rendu de la séance plénière Celagri du 25 septembre 2019**

1. **Identification du document :**

|  |  |
| --- | --- |
| Type de document | Compte rendu |
| Titre du document | Compte rendu du 25 Septembre 2019 |
| Responsable de la préparation du document | Emmanuel Grosjean-Marie Poncin-Isabelle Monnart |
| Date de publication | 31/10/2019 |

1. **Ordre du jour**

* Introduction, E.GROSJEAN, Coordinateur Collège des Producteurs
* Communication et état des lieux de Celagri, M.PONCIN, Chargée de Communication
* Renforcer les interactions du secteur avec la presse, E.HUET, Journaliste, L’Avenir
* Les impératifs journalistiques et les points de vue : quels enjeux animent les citoyens?
* Echanges Q/R
* Ateliers : vos orientations pour CELAGRI, E.GROSJEAN, Coordinateur Collège des Producteurs
* Contenu
* Gouvernance
* Forme

1. **Introduction (par Emmanuel Grosjean)**

L’objectif de la réunion sera de faire le point sur les sujets prioritaires à aborder en 2020 et réfléchir à la manière dont ils seront diffusés. L’ensemble des acteurs participant à l’élaboration des dossiers d’information s’étant élargi suite à la fusion des Cellules Info Lait et Viandes en Celagri, une mise au point est nécessaire pour apporter de la guidance au travail opéré.

1. **Présentation et rappel du fonctionnement de Celagri et fusion des cellules Info Lait et Viandes (par Marie Poncin)**

En 2015, les sites d'information CIL-CIV ont été créés à la demande des éleveurs bovins qui se sentaient victimes des titres de presse qui semblaient charger à tort l'élevage : diminuer sa consommation de viande pour réduire l'impact sur l'environnement, arrêter de consommer des produits animaux pour le bien-être animal, les vaches polluent plus que l'industrie, ... Ces 2 sites bien distincts avaient pour vocation de diffuser de l'information objective et fiable, sur des bases scientifiques, au sujet de ces polémiques.

Depuis d’autres sujets sensibles (pesticides, OGM) ont surgi, le débat sur les autres secteurs que l’élevage s'est étendu à l’agriculture bio, aux grandes cultures, à la production de fruits et légumes. Il devenait donc opportun d'élargir le champs de couverture des cellules d'infos. C'est ainsi qu'est née l'idée d'héberger sur un seul site internet toutes les thématiques qui couvrent l'agriculture. Il est toujours question d'apporter des réponses aux polémiques sur l'agriculture et de replacer au cœur du débat les producteurs et les experts qui connaissent les réalités des agricultures wallonnes. Ce nouveau site créé est [www.celagri.be](http://www.celagri.be) (cellule d'information agriculture).

Afin de s'inscrire dans les codes de communication actuels, une page Facebook, un compte Instagram, un formulaire en ligne et des capsules vidéos ont également été développés. L'enjeu est de diffuser directement au grand public les messages émanant de la Cellule et des producteurs.

Face à la stratégie de communication choc des associations extrêmes, comment le secteur agricole, peut-il prendre part au débat et aux polémiques qui le concernent, de façon proactive?

Comment faire passer les messages scientifiques à l'attention du grand public, en passant par les prescripteurs, comme les journalistes.

Il est donc primordial de travailler ses relations presse, et pour cela, nous écoutons E.HUET qui a sans doute des conseils à nous délivrer.

1. **Les impératifs journalistiques et les points de vue : quels enjeux animent les citoyens ? (par Emmanuel Huet)**

Emmanuel Huet est journaliste de presse écrite pour le journal « Vers l’Avenir depuis plus de 20 ans. Il traite notamment des matières liées à l’agriculture (milieu qu’il connait bien), son expérience va nous permettre de comprendre tant le fonctionnement d’une rédaction par rapport aux sujets abordés, la provenance de leurs sources et les attentes des lecteurs en matière d’information.

**Quels messages à adresser à la presse ?**

1. Un premier aspect à prendre en compte est l’importance de développer ses arguments et renouveler les discours. Les producteurs ou acteurs de terrain ont tendance à répéter les mêmes justifications lorsqu’ils sont attaqués sur un sujet en particulier et délivrent trop de généralités lorsqu’ils sont interviewés. Les journalistes de leur côté n’ont pas toujours le temps d’approfondir les sujets, soumis à la pression de leur rédaction, ce qui a pour incidence que l’information délivrée n’a qu’un effet mitigé sur le lecteur. Le site internet Celagri peut aider en apportant une analyse plus poussée des sujets traités.
2. Il faut accepter de parler sans tabous, le milieu agricole a tendance à se fermer et a du mal à s’exprimer sur son mode de fonctionnement et ses difficultés. Il ne faut pas duper l’opinion publique et savoir expliquer pourquoi certaines années le secteur est en crise et l’année suivante, certains font des investissements. Tous les agriculteurs ne sont pas égaux, certains agriculteurs n’éprouvent pas de difficultés financières et à l’inverse certains n’arrivent pas à joindre les 2 bouts.
3. Il faut éviter de se positionner de manière trop radicale, et accepter de se remettre en question. Eviter les messages de type « Mangez uniquement du blanc bleu belge » et faire évoluer son discours de manière plus positive.

**Qu’est ce qui intéresse les lecteurs ?**

La Une d’un journal, c’est ce qui va attirer le lecteur et faire vendre le journal. Le journaliste doit s’interroger sur la pertinence et l’intérêt du sujet abordé par rapport au lectorat ciblé. Celui de l’Avenir est essentiellement issu du milieu rural mais aussi des consommateurs. Les sujets abordés seront tant en lien avec la consommation, la santé mais aussi des thèmes plus sensibles liés à l’actualité du moment.

**Quid des médias sociaux ?**

Les médias sociaux sont parfois plus porteurs de par les images et vidéos diffusées par rapport à un article de presse. Ils constituent une source d’informations variées et contradictoires à destination tant du grand public que des journalistes. C’est pourquoi des journalistes doivent jouer un rôle de garde-fou et mesurer les informations qui leur parviennent avant de les transmettre.

Quant aux agriculteurs, ils peuvent user des médias comme Instagram ou Facebook et prendre le contre-pied des fausses informations qui y circulent:

1. En anticipant les crises ou polémiques
2. En créant par ex : un profil lié à son exploitation permettant d’expliquer ses activités au quotidien, réaliser de courtes vidéos mettant en scène une pratique et veiller à ce que tous les visuels réalisés (vidéos ou interviews de journalistes) le soient sur le terrain et pas dans un bureau

**Quels types de messages sont diffusés par le journaliste ?**

Il y a deux types de journalistes :

1. ceux qui diffusent de la Fast Information : messages succincts pour fournir une information claire et précise
2. ceux qui diffusent de la Slow Information : dossiers plus lourds et plus argumentés pour lesquels ils ont plus de temps pour investiguer auprès d’intervenants divers

Dans la mesure du possible, il vaut mieux s’adresser à des journalistes qui ont le temps de traiter en profondeur les dossiers pour qu’une fois diffusés le grand public puisse se faire sa propre opinion. Dans ce type de dossiers, il est parfois possible de retarder d’un jour la diffusion si tous les éléments ne sont pas en possession du journaliste mais cela dépend de l’actualité en cours et de la rédaction du journal. La vulgarisation des sujets scientifiques et techniques demande du temps et peu de journalistes sont experts dans ces domaines.

Un dernier conseil est de lire et de s’informer auprès de la presse spécialisée (Sillon, plein champs…) pour apprendre à mieux communiquer vers l’extérieur mais aussi dans la presse générale pour comprendre les attentes des consommateurs.

1. **Session de questions/réponses**

**Comment traiter un sujet pour lequel les lecteurs attendent une réponse précise** ?

On reproche parfois aux scientifiques d’écrire de manière complexe en apportant beaucoup de nuances, ce qui ne répond pas toujours aux attentes des lecteurs. De l’autre côté, la vulgarisation d’articles scientifiques a pour conséquence de livrer un message trop simplifié. Quand le sujet traité ne permet pas d’avoir une position tranchée, les journalistes s’adressent à plusieurs spécialistes et lorsque ceux-ci ont des prises de position trop éloignées, ils exposent les 2 avis et c’est au lecteur à se forger le sien.

**N’est-il pas possible de nuancer les titres des journaux** ?

Certains titres sont parfois trop « outranciers », est ce que cela incite encore les gens à lire ? Bien qu’un article soit composé de plusieurs parties, les lecteurs commencent toujours pas lire le titre qui se résume à quelques mots donc il faut être accrocheur pour que les gens aient envie d’acheter le journal. De plus les titres de la Une sont souvent émis par l’éditeur sur base de toutes les actualités du jour, tandis que les titres des articles sont émis par les journalistes.

**Comment attirer encore plus de journalistes par rapport au contenu de Celagri et faire qu’on soit plus référencé ?**

Par rapport à un sujet précis, Celagri doit contenir des informations de base avec des réponses brèves de type binaire à destination des journalistes n’ayant pas le temps d’investiguer et puis des dossiers plus complets pour ceux qui auront le temps de développer. Il ne faut pas hésiter non plus à exploiter des sujets plus originaux qui susciteront la curiosité journalistique. L’idée d’organiser une conférence de presse sur un sujet « attractif » en invitant différents médias peut aussi être envisagée.

**Qu’en est-il de l’indépendance journalistique ?**

La presse écrite étant en grande difficulté, elle survit en partie grâce à des publicités placées par des groupes agro-industriels qui sont parfois eux-mêmes actionnaires de groupes de presse. Quant à la presse orale, les reportages sont coupés ce qui amène de la frustration de l’interviewé. A contrario, certains sujets contre la cause agricole (ref la viande artificielle sur la rtbf) sont présentés longuement faisant penser à une manipulation des journalistes par des groupes alimentaires ou de la grande distribution.

Le département publicité et l’équipe de journalistes sont des services séparés, le journaliste doit être indépendant pour rester crédible et il n’apparait pas qu’une pression soit exercée par l’agro-industie.

**Comment contrer la communication d’organismes tels que Gaia ?**

Les moyens financiers et humains ne sont pas identiques mais c’est en se fédérant avec d’autres comme Celagri qu’on peut mettre en œuvre une communication aussi efficace.

**Comment réagir face aux attaques ?**

Il ne faut pas réagir face à toutes les polémiques, tout cela dépend si le sujet interpelle une majorité de personnes ou seulement une minorité. Dans le 1er cas de figure, il faut être prêt à répondre aussi rapidement que l’actualité avec des outils à disposition. Quant aux crises, il serait opportun de les anticiper plutôt que d’y répondre.

**Y a-t-il encore de la place pour le journalisme d’investigation ?**

Vu la crise subie par la presse écrite, il est de plus en plus difficile de dégager des journalistes pour travailler sur un dossier en profondeur

**Y a-t-il une course au clic sur les réseaux sociaux ? Est-ce que le contenu des articles journaux est modifié quand diffusé sur les réseaux sociaux ?**

Les journalistes ne sont pas évalués sur base du nombre de clics. Quant au contenu des réseaux sociaux, l’article reste identique, seul le titre peut parfois évoluer car il n’y a pas de limitation de place comme dans la presse écrite. Quant à la responsabilité, elle est du ressort du département digital du journal

1. **Quels sont les sujets à traiter en priorité sur Celagri ? Sous quelle forme ? Quelle mode de gouvernance à adopter ?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **CONTENUS - THEMES - DOSSIERS** | **FORME - COMMUNICATION** | **GOUVERNANCE** |
|  |
|  |
|  |
| **1** | **PESTICIDES:\***Quelle place pour la biodiversité dans l'agriculture? - \*Traiter la question des pesticides sous toutes ses formes- Pourquoi utiliser des pesticides en grandes cultures? - \*Qu'est ce qui se passe si on n'en utilise pas? - \*Effets sur la santé (résidus de pesticides dans l'alimentation et l'eau)?- \*Effets sur l'environnement? - \*Quelles sont les précautions que prend un agriculteur avant et après la pulvérisation (Bonnes pratiques, Controle technique privé, Mesures anti-dérives, Pulvériser le soir) - \*Zones tampons riverains/ écoles- \*Quelles précautions prend le citoyen avant-pendant-après pulvérisation? - \*Charte/référentiel vivre ensemble - \*Néonicotinoïdes et PPP / effets sur les pollinisateurs / oiseaux? | **FLASH TV**:**\***Réaliser des flashs TV à diffuser en fonction de la saison sur ce qui est fait en agriculture - Modules d'info sur base "Les dessous des cartes" ARTE \* | **PARTENARIATS:** Faire des partenariat avec les organismes, favoriser les collaborations synergies par ex: UEBVC |
| **2** | **PHYTO**: \*Phyto par rapport à la santé- Intérêt des traitements phyto - \*Pourquoi utilise-t-on des phytos? (- Pour l'agriculteur, c'est un coût, - L'agriculteur est la première personne exposée aux phytos) - \*Bio différent sans phyto - \*Pourrait-on cultiver sans phyto? | **CONFERENCE DE PRESSE**: ex sur le thème de la pulvérisation | **SCIENTIFIQUES:** Inviter plus de scientifiques |
| **3** | **ECONOMIE**:**\***Revenu des producteurs "Quel est le revenu moyen d'un producteur"? - \*Question de la souveraineté alimentaire belge si notre agriculture manque de compétitivité au niveau mondial? - \*Comment payer le prix juste aux producteurs? | **CAMPAGNES DE PROMO**: à l'image de European Voice of livestock (Campagne lancée par quelques parlementaires européens ce 25/09/19) Par exemple: Etc…….. | **FOCUS GROUP:** pour valider ou non les pistes sélectionnées.-\* Validation des publications avant de les faire paraitre. |
| **4** | **DURABILITE**:**\***C'est quoi manger durable? - \*Comment manger demain? \*Avantages de consommer local? (Environnement, Qualité des produits, Economie locale "emploi", Feed><Food)- \*Quels types d'agriculture pour nourrir la population dans le futur? (agro-écologie) -\* Importance du gaspillage au sein de la production et distribution? - \*Quels sont nos besoins alimentaires, que faut il produire? - \*Les modèles agricoles (Quel modèle agricole?) - \*Comment veut on se profiler à l'avenir? | **VIDEO:** communiquer sous forme de videos Vidéo du monde agricole - videos sur la pulvérisation - \*S'inspirer des vidéos à thème "Tedx" - Animé? | **SCIENCES HUMAINES**: Faire entrer les sciences humaines dans le débat / les réflexions / les évolutions: - Peut-on vivre sans les agriculteurs? -Comment nourrir éthiquement? |
| **5** | **BIO**:**\***Expliquer clairement ce qui est considéré quand on parle du label bio. Il est trop facile de dire que certains produits ne méritent pas le label sur base de simples considérations de l'auteur - \*Traçabilité bio? | **INFOVISUALISATION**: Communication + visuelle:Bon outil de synthèse répondant aux attentes du public et des journalistes (vite lu et complet) - \*Utiliser des banques de photos, croquis humoristiques | **CONSOMMATEURS:** Opérer des micro-trottoirs auprès des consommateurs, leur demander quelles sont les questions qu'ils se posent par rapport à l'agriculture et les sujets polémiques sur lesquels ils aimeraient de l'info **(**Attention de bien choisir les consommateurs ne pas prendre ceux déjà convaincus) |
| **6** | **BEA:** \*L'étourdissement par CO2 est-il "friendly" pour le bien-être animal? Quelles autres méthodes? - \*Est-ce qu'on peut tuer pour manger? \*A partir de quand peut on tuer un animal sans heurter l'opinion publique? - \*Abattage des veaux/Holstein à la naisssance? - \*Euthanasie des chevreaux mâles à la naissance - \*Bien-être animal >< bien-être des éleveurs - \*L'abattage à la ferme | **PROMOTION CELAGRI** (secteur agricole/citoyen) :vers le grand public - Mesurer l'impact de la communication? Comment? Lequel? - \*Vulgariser | **EXPERTS** Phyto et santé: renforcer les capacités du groupe sur les aspects santés, aller chercher des experts (fédéral, toxicologues, EFSA) - \*Le CRP pourrait (à confirmer) élaborer une liste avec les experts |
| **7** | **ENVIRONNEMENT**: \*Protection de l'environnement (Avec, Sans "Viande") - \*Une agriculture sans élevage, quelles conséquences sur l'environnement et sur le visage futur de nos régions agricoles? - \*Les alternatives à la viande sont-elles meilleures pour l'environnement? - \*Impact de l'agriculture sur la déforestation? - \*Est que nos sols sont trop pauvres en carbone? - \*Comment va-t-on se passer des engrais à l'avenir? Epuisement ressources de Phospore ><Engrais azotés: fabriqués avec énergies fossiles - \* Comment tenir compte des enjeux actuels (environnement, climat, pollinisateurs, etc …) | **RESEAUX SOCIAUX**: les utiliser davantage | **JOURNALISTES**: se rendre au sein des rédactions des différents journaux et faire le tour pour présenter Celagri, voir quels dossiers les journalistes aimeraient consulter. |
| **8** | **LAIT**:Quelle Consommation de lait bio et lait végétal? | **COMMUNICATION:\***Témoignages avec + de passion, + de positif- \*Ne pas confronter/opposer les types d'alimentation - \*Ne pas créer la peur - \*Etre moins sur la défensive mais plus sur une "communication de fond - \*Ne pas communiquer quand ça va mal - \*Ne pas être axé que sur l'agriculture conventionnelle. \*Mettre en lumière toutes les agricultures - \*Mettre le nombre de minutes que nécessite la lecture d'un article au début de celui-ci - \*Traiter les news le plus souvent possible, donner son avis plus que les faits, On ne regarde Plus les faits mais les avis des autres - \*Pas de sujets techniques - \*Pas des sujets pour se faire battre - \*Mettre des chiffres filières - \*Faire des titres accrocheurs | **RIVERAINS**: interroger les riverains qui habitent à proximité des exploitations pour voir leurs inquiétudes |
| **9** | **GRANDES CULTURES:** **\***Mettre l'accent sur la problématique des grandes cultures en circuit court par opposition aux cultures maraîchères, Existence d'une distinction entre les 2 types de commodités |  | **AGRICULTEURS**: donner la parole aux agriculteurs en tant que consommateurs et pas producteurs |
| **10** | **ELEVAGE:** \*Comment le blanc bleu est-il obtenu? - \*Dossier BBB: avantages et inconvénients? - \*L'export de la viande est il nécessaire? - \*Pourquoi continuer à vouloir augmenter les rendements alors qu'on est déjà en surproduction + lien avec le marché mondial - \*Continuer à approfondir les écarts entre notre mode de production et ceux du reste du monde (viande d'Argentine ou USA) - \*Explication Nomenclature Kg de viande ><Kg de carcasse |  |  |
| **11** | **CONTROLE**:Les fraudes alimentaires ><épée de Damoclès sur les producteurs |  |  |
| **12** | **APICULTURE**: ce n'est qu'une micro-filière en Wallonie mais à l'intersection de beaucoup d'enjeux agricoles et environnementaux avec la sympathie citoyenne - L'adultération du miel |  |  |
| **13** | **IMAGE DE L'AGRICULTURE**: **\***Qui a manœuvré derrière l'agri-bashing, ruminants-bashing, élevage-bashing? |  |  |
| **14** | **RECHERCHE:** **\***Les essais européens tel que Horizon 2020? Qu'est-ce que c'est? - \*Que se passe-t-il au niveau des financements de la recherche agricole? Sujet? Résultat? Pertinence? |  |  |
| **15** | **AQUACULTURE**: **\***Bien-être animal (Abattage)- Intensification des élevages? - **\***Impact du climat sur la pêche et les élevages de poissons? - \*Impacts des oiseaux piscivores - \*Différences de gestion entre poissons de terroir et poissons importés (notamment pêche maritime) |  |  |
| **16** |  |  |  |