

AGRILOVING, communiquer sur son amour pour l'agriculture

#AGRILOVING
LA COMMUNAUTÉ DES AMOUREUX DE L'AGRICULTURE EN APE

PRODUCTEUR

ENTREPRISE

Nom entreprise : AGRILOVING

Chiffre d'Affaires (2019) :
/

Effectif (2020) : /

Pays (siège social) :
France

Site internet : <https://agri-loving.fr/>

Contact :

Formulaire de contact :
<http://agri-loving.fr/nous-contacter/>



CONTEXTE

Les réseaux sociaux contribuent à véhiculer rapidement des rumeurs ou des opinions qui ne sont pas toujours fondées. C'est le cas notamment pour le monde agricole, visé par l'agribashing, c'est-à-dire le dénigrement de l'agriculture. Cela se traduit par des préjugés comme l'aversion au changement et à l'innovation des agriculteurs, le refus de chercher des alternatives aux pesticides, la recherche absolue de productivité au détriment de l'environnement, la soumission aux industries semencières...

L'appel AGRILOVING a donc été lancé pour contrer ces idées reçues.

OBJECTIFS

- Faire changer le regard de la société sur les pratiques agricoles.
- Défendre l'agriculture face aux préjugés.
- Interpeller le grand public avec une approche différente d'une campagne de communication classique sur l'agriculture.



DÉMARCHE

La campagne AGRILOVING a été lancée par des agriculteurs originaires de Bourgogne-Franche-Comté. Ils sont de plusieurs générations et souhaitaient aller au-delà des positions syndicales.

Un appel à oser défendre et valoriser le monde agricole a donc été diffusé. La méthode de communication est originale dans le sens où elle se focalise sur le texte et non sur l'image, au contraire de nombreuses campagnes sur l'agriculture, qui veulent montrer la réalité concrète du métier sur les exploitations.

En effet, pour les initiateurs de l'appel, les préjugés sur les agriculteurs viennent des mots employés pour décrire et dénoncer leurs pratiques. Ces mots sont souvent écrits par des personnes qui ne connaissent pas forcément les conditions réelles de travail des agriculteurs. Ces derniers souhaitent donc inverser la tendance et faire entendre leurs voix en faveur de l'agriculture au-dessus des critiques.

La campagne veut montrer que les agriculteurs osent innover et investir pour améliorer leurs pratiques, s'exposer pour communiquer de façon transparente, embaucher, prendre des risques. Elle entend aussi prouver qu'ils sont passionnés par leur métier et sont éduqués, se formant en continu pour être les plus efficaces possible. De plus, elle rappelle que la vocation des agriculteurs est de nourrir la population. Enfin, AGRILOVING souligne que les agriculteurs savent se remettre en question et qu'ils restent fiers de leur métier.

L'appel est destiné à être signé par tous, agriculteurs et leurs proches mais aussi les citoyens et consommateurs qui sont invités à devenir membre de la communauté. Les réseaux sociaux sont mis à profit, avec le hashtag #AGRILOVING permettant à chacun d'accroître la visibilité de la campagne. Des vidéos décalées sont aussi disponibles sur le site.

Pour en savoir plus

<https://vimeo.com/356928273>

FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS

- Campagne originale, se démarquant des autres par l'absence de photos du terrain.
- Transparence de la communication.
- Financement par de nombreux organismes : Union de coopératives Alliance BFC, Dijon céréales, chambre d'agriculture de Côte d'Or, Jeunes agriculteurs...

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES POUR LA FILIERE
<ul style="list-style-type: none">• Volonté de rassembler des acteurs agricoles variés, mais aussi des citoyens sans lien avec le monde agricole.• Ouverture du financement à tous les volontaires (financement participatif).• Utilisation des réseaux sociaux, où se diffusent largement des stéréotypes sur l'agriculture.	<ul style="list-style-type: none">• Amélioration de l'image de l'agriculture face à l'agribashing.• Création de liens entre agriculteurs, consommateurs et citoyens.• Augmentation de l'attractivité de la profession agricole et valorisation de son travail.

Ce document a été réalisé par les membres d'AgroParisTech Service Etudes.

