

# IMAGE DES AGRICULTEURS AUPRÈS DU GRAND PUBLIC

**Persistance d'une réelle bienveillance,  
mais porosité au traitement médiatique  
de l'actualité de la profession**

**par Madame Fabienne Gomant**

Directrice de clientèle senior

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

Institut français d'opinion publique (Ifop)

## Sommaire de l'article

1. INTRODUCTION
2. UNE IMAGE LARGEMENT POSITIVE DU MONDE AGRICOLE, MALGRÉ TOUT
3. UN REGAIN DE CONFIANCE SUR DEUX ASPECTS ÉTROITEMENT LIÉS :  
LE RESPECT DE LA SANTÉ DES FRANÇAIS ET DE L'ENVIRONNEMENT
4. LA DIFFICILE RENCONTRE  
ENTRE UNE ACTIVITÉ ANCESTRALE ET LES CONTRAINTES DE LA MONDIALISATION
5. FINALEMENT, UNE CERTAINE COMPASSION À L'ÉGARD DE LA PROFESSION
6. CONCLUSION

## 1. INTRODUCTION

La Banque mondiale estime que la population urbaine française a aujourd'hui atteint près de 80 %<sup>1</sup> contre 73 % en 1982 et 57 % en 1954<sup>2</sup>. De plus, cette urbanisation s'est accompagnée d'un processus d'étalement urbain (ou péri-urbanisation) autour des aires urbaines, favorisant la déprise agricole ou, du moins, rurale. Comme nombre de pays européens, la France a donc connu un phénomène d'urbanisation à la fois de sa population et de son paysage.

Parallèlement, le nombre de travailleurs agricoles s'est tellement effondré au cours des dernières décennies (environ 2 688 000 actifs permanents dans les exploitations en 1979 contre 966 000 en 2010<sup>3</sup> selon le dernier recensement agricole, soit une diminution de 64 %) que la probabilité d'être au contact de cette profession dans son entourage s'amenuise au fil du temps. Finalement, le rapport des Français à l'agriculture s'avère de plus en plus éloigné, tant sur le plan spatial que sur le plan générationnel.

Mais, si le lien des Français à la terre a évolué, force est de constater qu'il demeure. En témoigne ne serait-ce que le nombre d'entrées au salon international de l'Agriculture de Paris : en 2016, « *la plus grande ferme de France* » a attiré 611 000 visiteurs sur neuf jours<sup>4</sup> contre 691 000 en 2015, une performance remarquable dans le contexte sécuritaire ayant suivi les attentats de novembre 2015. La longue liste des crises agricoles a certes donné l'occasion, à de nombreuses reprises, de mettre au-devant de la scène médiatique la colère et la détresse de la profession, qui se sont parfois manifestées de façon violente. Mais, dans ce contexte, les Français sont conscients de la difficulté du métier, ainsi que des contraintes économiques, environnementales et sanitaires auxquelles les agriculteurs doivent faire face et celles-ci génèrent dans l'opinion une certaine forme d'empathie sur laquelle peu de secteurs professionnels peuvent encore, à ce point, s'appuyer.

S'intéressant depuis de nombreuses années aux thématiques agricoles, l'*Institut français d'opinion publique* (Ifop) mesure depuis 1999, au travers du *Baromètre annuel d'image des agriculteurs* réalisé pour *Dimanche Ouest-France*, l'opinion de la population française à l'égard de cette profession et présente ici les principaux constats et évolutions.

1 - Source : Banque mondiale (consultation de mars 2016).

2 - Source : Insee Première, n° 1364 – août 2011.

3 - Source : Agreste, Recensement agricole, 2010.

4 - Source : <https://www.salon-agriculture.com> (consultation : mars 2016).

### ENCADRÉ 1

#### Aspects constitutifs d'un sondage d'opinion

Au travers de cet article, nous proposons une analyse de l'opinion publique à l'égard de la profession agricole en nous appuyant sur les résultats de différents sondages menés par l'Institut français d'opinion publique (Ifop). Il convient donc de rappeler au préalable certains aspects constitutifs d'un sondage d'opinion :

◆ L'opinion publique correspond à une photographie de l'ensemble des opinions individuelles (jugements, attitudes, convictions, ...) au sein d'une population, à un instant *T*. Cette opinion est donc influencée par toutes les informations, privées et publiques, composant le contexte de sa mesure. Ainsi, les interviewés n'étant pas forcément des experts des sujets sur lesquels ils sont interrogés, il faut souligner que l'importance des médias dans leur connaissance de certains sujets, ainsi que dans la formation de leur opinion est loin d'être négligeable. Par conséquent, comme dans tout autre domaine, les résultats des sondages ici évoqués ne sont pas sans lien avec le traitement médiatique de l'actualité agricole de l'époque, à la fois en termes de vocabulaire, d'ampleur et de contenu.

◆ Par ailleurs, pour chaque score évoqué, l'intitulé exact de la question posée est rappelé. Mais, selon une règle de la conduite des sondages, lors de la passation des questionnaires, ni les questions, ni les termes employés ne sont explicités aux interviewés : ceci afin que tous les répondants soient interrogés de la même façon.

Ainsi, les résultats des sondages ici mentionnés doivent être considérés comme le reflet de l'opinion publique, en tant que somme d'opinions subjectives, et peuvent ne pas correspondre à certaines réalités ou à l'opinion d'autres catégories de la population française, à commencer par celle des agriculteurs eux-mêmes.

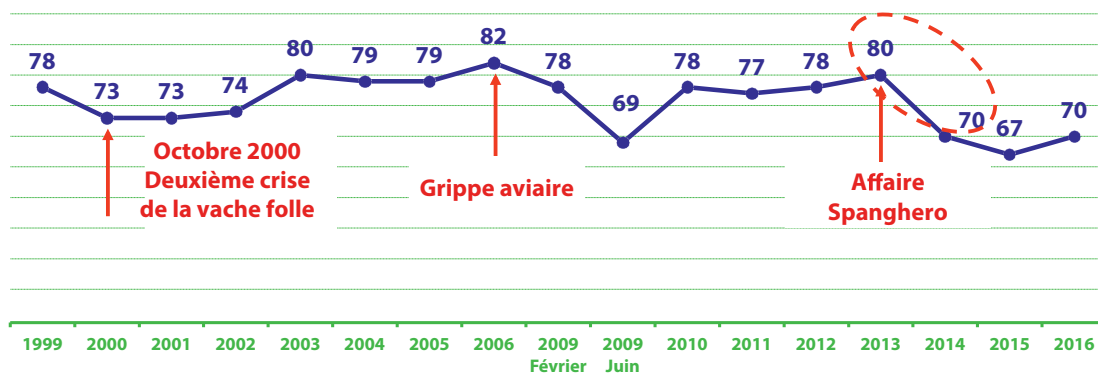
Ces réserves étant émises, elles ne sauraient, pour autant, remettre en cause la contribution des sondages à la compréhension de l'opinion publique et de ses ressorts.

## 2. UNE IMAGE LARGEMENT POSITIVE DU MONDE AGRICOLE, MALGRÉ TOUT

Dans un contexte particulièrement difficile et tendu pour la profession, la dernière mesure du *Baromètre d'image des agriculteurs*<sup>5</sup> a été réalisée du 22 au 24 février 2016, à la veille de l'ouverture du salon international de l'Agriculture. Il fait apparaître le soutien largement majoritaire de la part des Français. Sept citoyens sur dix estiment ainsi que « *les consommateurs peuvent avoir confiance* » en eux (Graphique 1). Parmi l'ensemble des indicateurs testés, il s'agit là de la dimension qui a toujours recueilli la plus forte adhésion, malgré toutes les crises traversées. De plus, cette confiance – comme l'ensemble des traits d'image positifs dont nous allons parler – est évaluée de façon relativement homogène au sein de la population. Tout juste note-t-on une sympathie plus affirmée de la part des femmes et des Français les plus jeunes (18 – 24 ans), mais celle-ci semble davantage relever d'une tendance générale à la mansuétude vis-à-vis des sujets de société. En revanche, il faut noter que ces jugements fédèrent à la fois les urbains et les ruraux, c'est-à-dire les plus distants comme les plus familiers du monde agricole.

5 - Enquête quantitative réalisée pour Dimanche Ouest-France, par questionnaire auto-administré en ligne, auprès d'un échantillon de 1 915 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, du 22 au 24 février 2016.

Toutefois, il faut reconnaître que, tout en demeurant largement majoritaire, ce niveau de confiance a accusé, entre 2013 et 2014, une chute de dix points dont il peine aujourd'hui à se relever. Même s'il s'agissait d'un scandale agro-alimentaire, l'impact de l'affaire Spanghero (découverte de viande de cheval dans des plats cuisinés supposés contenir du bœuf) ne semble pas circonscrit à cette industrie, mais avoir retenti sur l'ensemble de la filière de production. Ce mécanisme d'opinion opère, en effet, tel un phénomène de halo et peut s'observer quasi systématiquement à chaque crise concernant un produit alimentaire. Depuis 2014, la confiance accordée aux agriculteurs oscille ainsi entre 67 % et 70 % : un score qui, auparavant, n'avait été constaté qu'en 2009 (69 %), une période marquée, d'une part, par la grippe A (dans un premier temps dénommée « *grippe porcine* » par les médias) et, d'autre part, par une baisse des prix d'achat du lait aux producteurs. Par comparaison, en 2000, au lendemain de la deuxième crise de la vache folle – autrement dit, une situation quasi similaire – le taux de confiance était légèrement plus haut (73 %). Ces chiffres reflètent bien la perméabilité de l'opinion à chaque crise que subit le monde agricole et ce, sans réelle différenciation, ni selon la nature de la crise (problèmes sanitaires, fraudes, pratiques peu vertueuses, ...), ni selon le maillon de la chaîne de production impacté.



Question : « Pour chacun des qualificatifs suivants, dites-moi s'il s'applique plutôt bien ou plutôt mal à l'idée que vous vous faites des agriculteurs ? »

Graphique 1

En qui les consommateurs peuvent avoir confiance  
Réponses = pourcentage de « s'applique plutôt bien »

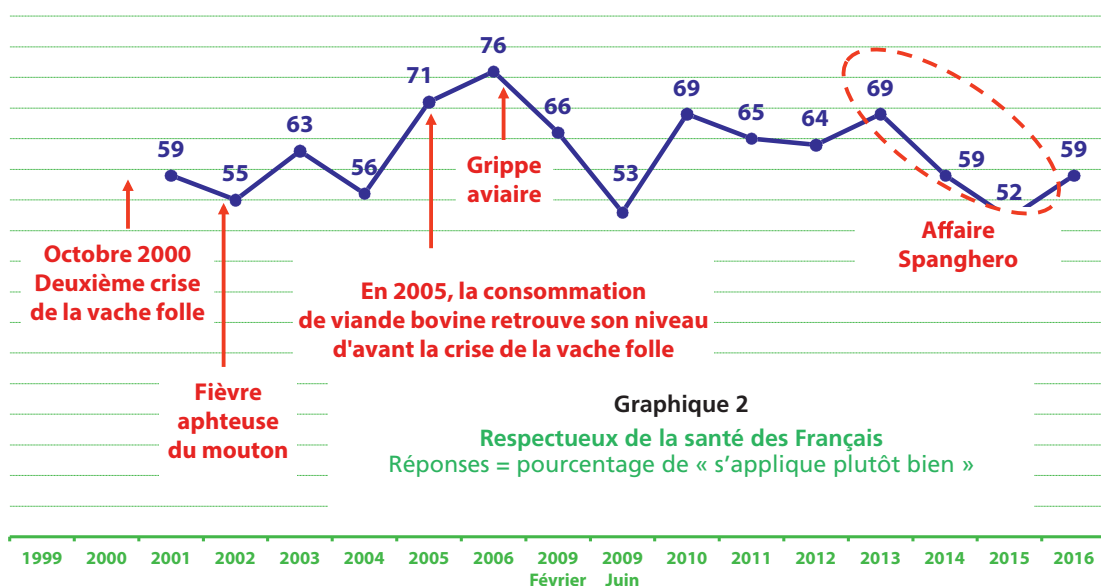
### 3. UN REGAIN DE CONFIANCE SUR DEUX ASPECTS ÉTROITEMENT LIÉS : LE RESPECT DE LA SANTÉ DES FRANÇAIS ET DE L'ENVIRONNEMENT

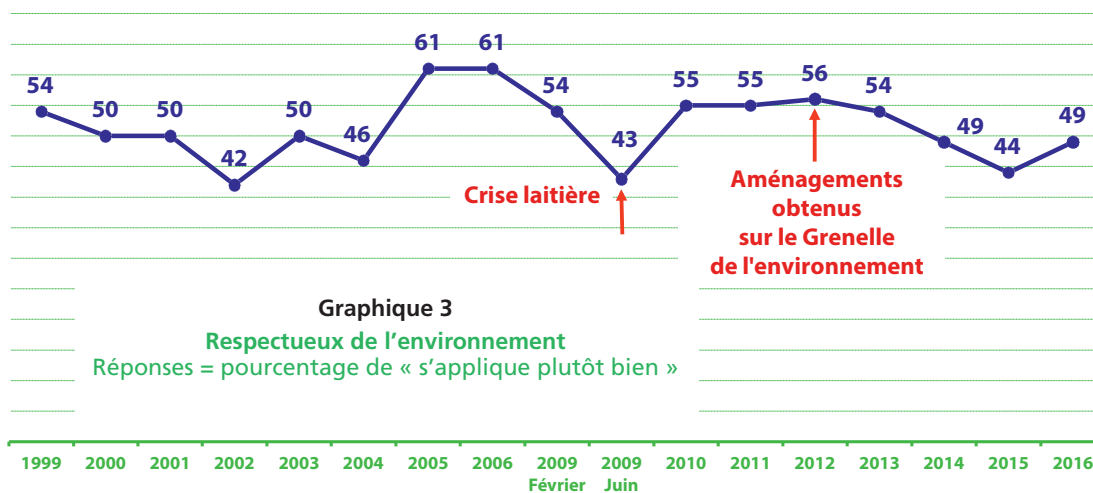
Rappelons d'abord une ligne de fond concernant la formation des opinions sur les thématiques agricoles. Au travers de différentes investigations, l'Ifop a pu établir que, dans l'expression de leur jugement, les Français se positionnent avant tout comme consommateurs. C'est donc en fonction de l'impact qu'ils perçoivent sur le produit (viande, lait, fruits, légumes, ...) qu'ils émettent un avis sur les pratiques agricoles. En conséquence, si le produit est perçu comme sain, c'est-à-dire ne présentant pas de risque pour la santé, il ne peut, par ricochet, pas nuire à l'environnement. Certes, lorsque la majorité des Français ne mettait pas en doute le fait que les agriculteurs respectaient leur santé, leur position a toujours été moins assurée s'agissant du respect de l'environnement. Mais, même si ces deux vertus n'étaient pas jugées à même hauteur, leur tendance se calquait parfaitement l'une sur l'autre au fil des années. L'impact du « scandale de la viande de cheval » a constitué la dernière rupture dans la mesure des dimensions « santé » et « environnement » auprès de l'opinion. Quand bien même cette affaire n'a pas eu de répercussions en ces termes, on observe donc, ici, une nouvelle manifestation de l'effet de halo évoqué précédemment. En 2015, comme le montrent les Graphiques 2 et 3, le

respect de la santé des consommateurs enregistrait une chute de 17 points par rapport à 2013 (52 % vs 69 %), tandis que le respect de l'environnement reculait, lui, de 10 points (44 % vs 54 %). Mais, en février 2016, il semblerait que l'opinion se soit quelque peu rassurée sur ces deux items (+ 7 points à 59 % pour le respect de la santé et + 5 points à 49 % pour le respect de l'environnement), sans encore revenir aux niveaux plus fastes d'avant 2013.

Comme nous l'avons vu, les crises ayant marqué l'histoire de l'agriculture française ont significativement entaché le sentiment de sécurité des consommateurs en matière de santé et, dans une moindre mesure, d'environnement. De plus, il semble que certains discours détracteurs de la profession, parfois alarmistes, aient commencé à devenir audibles. C'est le cas, par exemple, de la consommation de produits issus de l'élevage – les effets de la consommation de lait et de viande étant, à de multiples reprises, pointés du doigt par certains leaders d'opinion – mais aussi de produits végétaux, avec une forte inquiétude quant à la présence de résidus de pesticides ou d'OGM. À cet égard, le sondage <sup>6</sup> réalisé par l'Ifop en septembre 2012, au lendemain de la publication de l'étude du professeur Séralini, mettait en exergue une sensibilité particulièrement forte sur le sujet :

<sup>6</sup> - Sondage Ifop pour Dimanche Ouest-France, réalisé par téléphone, auprès d'un échantillon de 953 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, du 20 au 21 septembre 2012.





Graphique 3

## Respectueux de l'environnement

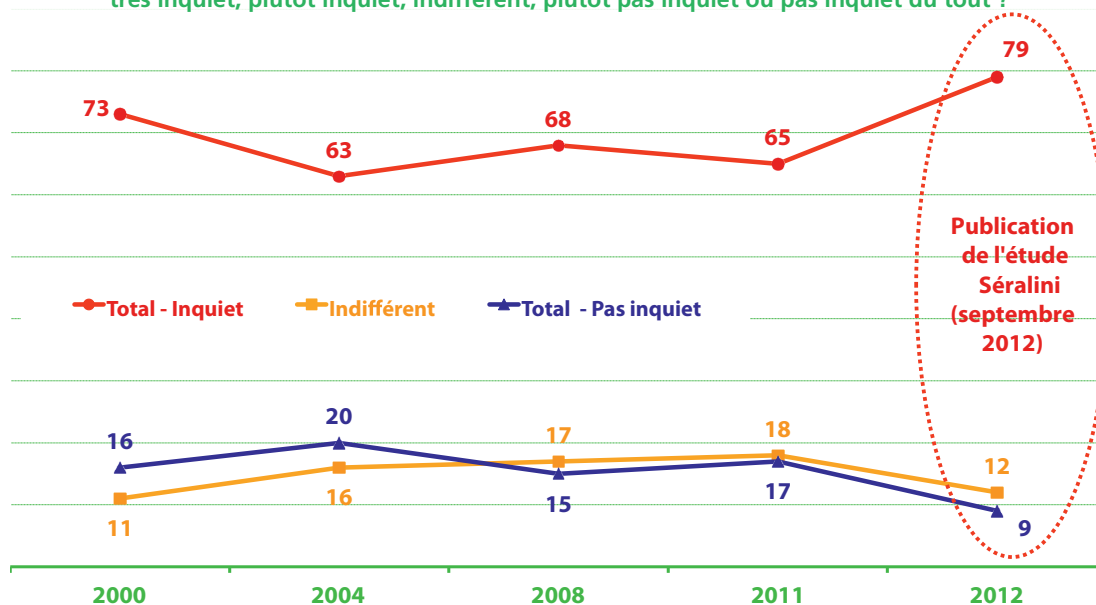
Réponses = pourcentage de « s'applique plutôt bien »

79 % des personnes interrogées se disaient inquiètes de la présence éventuelle d'OGM dans les produits alimentaires, soit un bond de 14 points en un an et le score le plus haut jamais relevé depuis 2000 (Graphique 4). Certes, le relais par les médias de la publication de ce rapport a focalisé l'attention des citoyens sur le sujet des OGM à la veille du sondage, mais ceci n'a fait qu'accroître une appréhension qui était déjà majoritaire.

Autre exemple en prise directe avec l'actualité : celui de l'utilisation de produits phytosanitaires, l'interdiction de leur vente libre auprès du grand public étant prévue pour début 2017. Leur impact sur la santé et l'environnement fait désormais, régulièrement, l'objet de craintes spontanément évoquées par le grand public. En 2008, près de neuf Français sur dix (87 %) manifestaient déjà leur inquiétude à l'égard de la présence éventuelle de résidus de pesticides

Graphique 4

Question : à propos de la présence éventuelle d'OGM dans les produits alimentaires, diriez-vous que vous êtes, personnellement, très inquiet, plutôt inquiet, indifférent, plutôt pas inquiet ou pas inquiet du tout ?



dans les produits alimentaires <sup>7</sup>. Plus récemment, ce sont les dommages collatéraux des insecticides qui ont rallié les citoyens à la cause environnementale : en février 2016, les trois quarts d'entre eux (76 %) se positionnaient en faveur de l'interdiction des insecticides de type néo-nicotinoïdes <sup>8</sup>. Toutefois, le regain de confiance exprimé par les Français dans le *Baromètre 2016* concernant le respect de la santé et de l'environnement de la part des agriculteurs (*Graphiques 2 et 3*) semble témoigner de la reconnaissance des efforts de ces derniers en matière de lutte contre les risques alimentaires et les méfaits environnementaux ou, du moins, que la charge de la responsabilité ait été orientée vers les fabricants et non les utilisateurs de ces produits.

#### 4. LA DIFFICILE RENCONTRE ENTRE UNE ACTIVITÉ ANCESTRALE ET LES CONTRAINTES DE LA MONDIALISATION

L'image positive dont le monde agricole peut se prévaloir a également été démontrée au travers de plusieurs études qualitatives menées par l'Ifop. Elles ont aussi permis d'approfondir ce jugement et les ressorts sur lesquels il repose.

Concernant les filières d'élevage – et tout en gardant à l'esprit que cette image tend à se démythifier au fur et à mesure que les personnes interrogées sont proches des territoires ruraux – subsiste la perception d'un modèle traditionnel : c'est-à-dire un élevage à « *taille humaine* », où les animaux sont bien traités, vivent en plein air et où l'éleveur connaît chacun d'entre eux. Cette perception s'avère particulièrement prégnante lorsqu'il est question de l'élevage laitier, laquelle est notamment nourrie par l'image du produit qui en est issu, le lait, avec sa blancheur et sa douceur. Elle perd un peu de sa naïveté lorsqu'elle s'applique à l'élevage destiné à la viande, un produit moins anodin, portant l'image du sang.

Pour autant, les Français se montrent plutôt lucides quant au fonctionnement d'une exploitation. Ils acceptent une certaine modernité, considérée comme inévitable car elle leur semble servir à la fois le nécessaire objectif de compétitivité, le confort de l'agriculteur (en réduisant la pénibilité du métier) et la qualité sanitaire des produits. En ce sens, l'agrandissement

des exploitations leur apparaît plutôt logique, mais davantage sous la forme de regroupements d'exploitations (dans un but de coopération) que d'élevage intensif. Celui-ci véhicule en effet une image négative que symbolise, à son paroxysme, la ferme des 1 000 vaches. Ce modèle, considéré comme une exception dans les pratiques agricoles françaises, fait l'objet d'un rejet largement majoritaire au sein de la population : en octobre 2015, seuls 20 % des Français étaient favorables aux projets de « *fermes – usines* », le terme employé par certains médias à l'époque du sondage, et 70 % y étaient opposés <sup>9</sup> (*Graphique 5*).

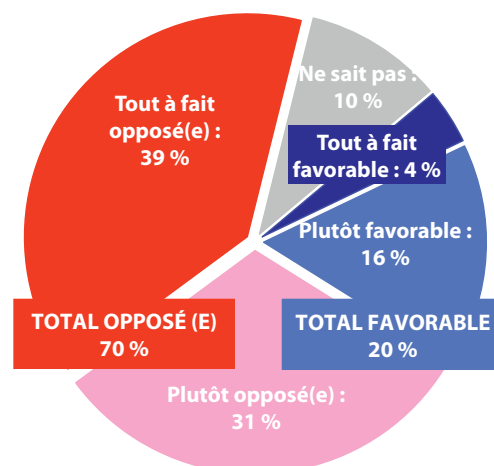
9 - Étude quantitative réalisée pour Agir pour l'Environnement, par questionnaire auto-administré en ligne, auprès d'un échantillon de 1 022 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, du 28 au 30 octobre 2015.

**Graphique 5**

##### Question

Face à la multiplication des projets de fermes-usines actuellement en cours (« ferme des 1 000 vaches » en Picardie, 2 200 animaux sur une exploitation laitière à Monts (Indre-et-Loire), 12 000 porcs à Saint Symphorien (Gironde) et 23 000 porcs à Trébrivan (Côtes d'Armor), 1 000 veaux dans la Creuse, 250 000 poules dans la Somme, etc.), le débat est aujourd'hui ouvert sur l'évolution du secteur agricole. Tandis que l'argument de massifier les élevages sur un site unique pour réduire les coûts et améliorer la compétitivité est soutenu par les uns, d'autres, au contraire, y voient une atteinte aux conditions d'une agriculture et d'une alimentation de qualité.

**Vous, personnellement, êtes-vous plutôt favorable ou plutôt opposé(e) à ces projets de fermes-usines ?**



Source : étude quantitative réalisée pour Agir pour l'environnement du 28 au 30 octobre 2015

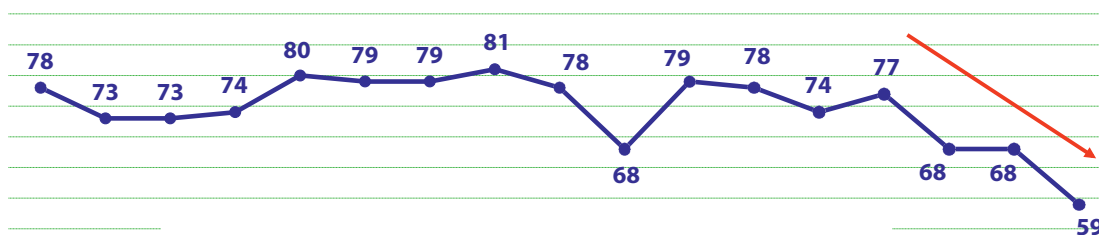
7 - Étude Ifop pour MDRGF, réalisée par téléphone, auprès d'un échantillon de 1 006 personnes, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus, du 11 au 12 septembre 2008.

8 - Sondage Ifop pour Agir pour l'Environnement, réalisé par questionnaire auto-administré en ligne, auprès d'un échantillon de 1 002 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, du 24 au 26 février 2016.

Quoi qu'il en soit, aujourd'hui, les Français perçoivent de plus en plus leur agriculture comme un pan sinistré de l'économie. Même si, en 2016, 59 % d'entre eux considèrent que les agriculteurs sont modernes, c'est neuf points de moins qu'en 2015 et le score le plus bas jamais atteint depuis 2006 (*Graphique 6*). Parallèlement, de façon encore plus criante, la proportion de citoyens jugeant la profession compétitive chute de huit points : pour la première fois, elle passe symboliquement sous la barre des 50 %, poursuivant une tendance baissière qui semble s'être amorcée en 2009, au moment de la crise laitière, et accentuée depuis 2012 (*Graphique 7*).

Pour autant, ces difficultés économiques – que les citoyens ont parfaitement intégrées – ne les conduisent pas à percevoir la profession comme

« assistée », ce malgré les différentes annonces gouvernementales qui se sont succédé en 2015 / 2016. Comme le montre le *Graphique 8*, cet item n'a en effet pas significativement évolué depuis 2013 (entre 44 % et 47 %). De plus, il reste à un niveau minoritaire et la tendance observée depuis 2006 révèle une perception de moins en moins fédératrice. Plus encore : la qualification « Égoïste » est une représentation à laquelle peu de Français adhèrent (26 %) et le pourcentage a même diminué de 3 points entre 2015 et 2016 (*Graphique 9*). Autrement dit, malgré une tendance pessimiste quant à la capacité des agriculteurs à relever économiquement leur secteur – a fortiori dans une conjoncture loin d'être favorable – les Français ne semblent pas leur jeter la pierre. En somme, tout se passe comme si la nécessité des plans d'aide octroyés à la profession apparaissait évidente.



Graphique 6

Modernes

Réponses = pourcentage de « s'applique plutôt bien »



Graphique 7

Compétitifs

Réponses = pourcentage de « s'applique plutôt bien »

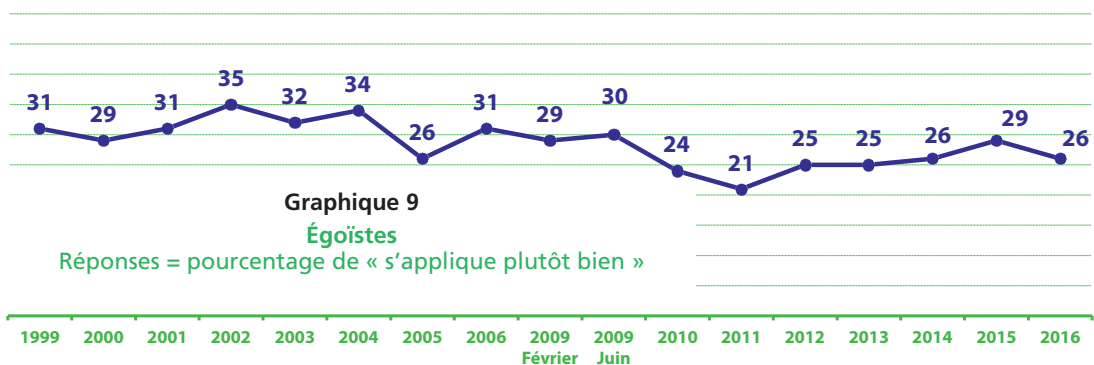
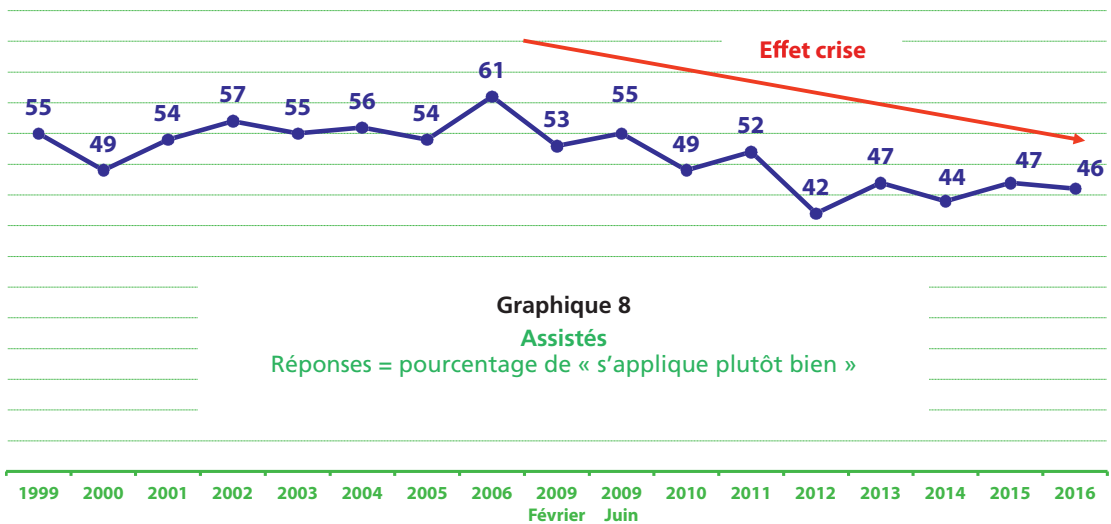


## 5. FINALEMENT, UNE CERTAINE COMPASSION À L'ÉGARD DE LA PROFESSION

L'une des évolutions les plus marquantes relevées dans le cadre du *Baromètre d'image* de la profession se rapporte à la violence perçue des agriculteurs : en 2016, 30 % des Français les considèrent comme « violents », soit une augmentation de 10 points par rapport à la même période de 2015, un quasi-doublement depuis 2014 (16 %) et le niveau le plus élevé observé depuis 1999 (*Graphique 10*). Cette évolution traduit la perméabilité immédiate et directe de l'opinion aux événements mis en lumière par les médias. Au moment de la réalisation de l'enquête, du 22 au 24 février 2016, la scène médiatique se faisait

en effet l'écho de mouvements de protestation de la part de plusieurs filières agricoles, mais aussi de faits divers susceptibles de nourrir une représentation agressive des agriculteurs (irruption d'éleveurs dans la propriété du ministre de l'Agriculture, « mort d'une conseillère agricole dans une exploitation » – ce dernier événement ayant été annoncé comme tel dans les médias, ...). Rappelons à nouveau que l'opinion publique se forme, dans un premier temps, en dehors de tout filtre analytique, dans le sens où elle ne cherche pas forcément à approfondir l'information reçue des médias.

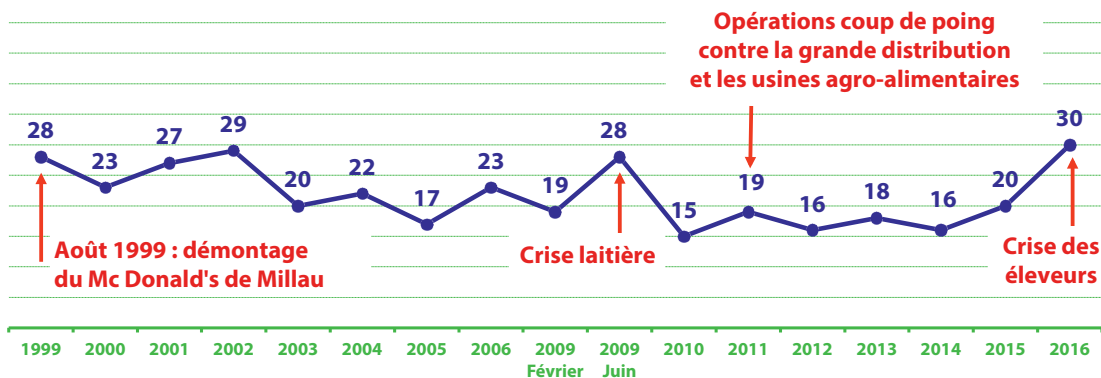
Caractéristique des périodes de crise, cette observation peut certes écorner l'image d'Épinal des agriculteurs. Mais elle s'accompagne, dans le même temps, d'une certaine forme de compréhension de la part



Graphique 10

## Violents

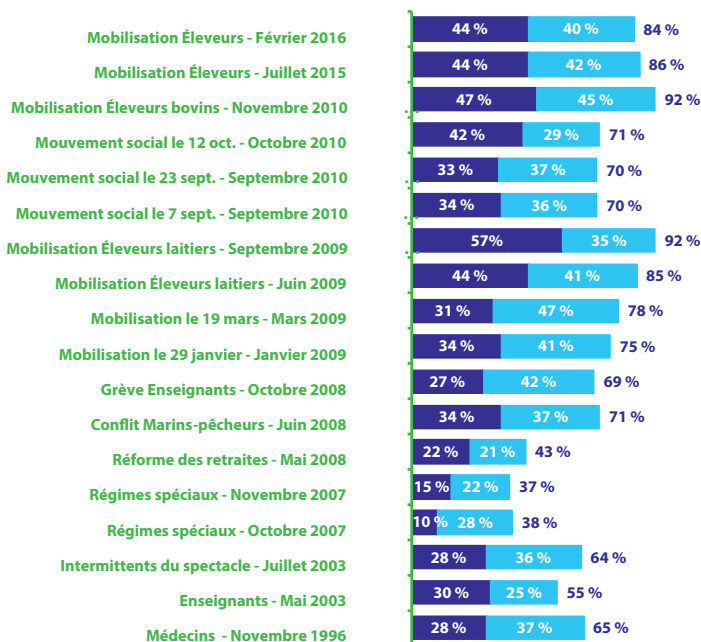
Réponses = pourcentage de « s'applique plutôt bien »



de l'opinion. Comme le montre le *Graphique 11*, la mesure de l'opinion à l'égard des mouvements de protestation émanant de différents corps de métier a toujours démontré un soutien largement majoritaire au profit de la profession agricole : ce dont ne peuvent se prévaloir les autres métiers ou mouvements étudiés. Ainsi, lors de la mesure effectuée en février 2016 – alors que les campagnes françaises étaient en ébullition du fait la chute des cours,

notamment du lait et de la viande de porc – 84 % des citoyens estimaient le mouvement justifié et il s'agissait d'une position particulièrement affirmée puisque 44 % d'entre eux le disaient même « *tout à fait justifié* »<sup>10</sup>. Et le phénomène n'est pas nou-

10 - Étude quantitative réalisée pour Atlantico, par questionnaire auto-administré en ligne, auprès d'un échantillon de 1 004 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, du 12 au 16 février 2016.



Graphique 11

## Question

« Vous savez que des éleveurs de porcs et de bovins, ainsi que des producteurs de lait mènent diverses actions (blocage de routes, opérations escargot, manifestation devant des bâtiments publics, ...) depuis plusieurs jours pour protester contre la chute des prix d'achat de la viande et du lait par les industriels et la grande distribution.

**Personnellement, trouvez-vous ce mouvement tout à fait justifié, plutôt justifié, plutôt pas justifié ou pas du tout justifié ? »**

■ Tout à fait justifié

■ Plutôt justifié

Total « Justifié »

veau. Là encore, le *Graphique 11* est éclairant. En juillet 2015, la fronde des producteurs laitiers, rejoints par les éleveurs de bovins bénéficiait du soutien du grand public à un niveau comparable (86 %). En septembre 2009, le pourcentage atteignait même 92 % des personnes interrogées, dont plus de la moitié exprimant avec véhémence leur soutien aux éleveurs laitiers en crise puisque 57 % considéraient le mouvement « *tout à fait justifié* ».

Cette confiance globale dont bénéficient les agriculteurs constitue un socle de sympathie particulièrement solide et précieux pour la profession, notamment en période de crise, et ce d'autant qu'elle est aussi nourrie par la perception d'un métier difficile et faiblement rémunéré. À ce titre, un sondage réalisé en avril 2014 par l'Ifop pour le *Syndicat des entreprises françaises des viandes* (SNIV – SNCP, aujourd'hui dénommé *Culture Viande*) mettait en avant la conviction, pour les trois quarts de la population, que « *les prix pratiqués par la grande distribution ne permettaient pas une rémunération des producteurs de viande à leur juste valeur* » : 75 % étaient « *d'accord* » avec cette affirmation, dont 24 % « *tout*

à fait d'accord »<sup>11</sup>. Pour renforcer cette perception, citons une autre étude, réalisée en août 2015 et portant, elle, sur la protection sociale : elle établissait qu'aux yeux des Français, les agriculteurs étaient la catégorie de la population la plus lésée en la matière (46 % des personnes interrogées), devant les professions indépendantes et les salariés du privé (respectivement 34 % et 32 %)<sup>12</sup>.

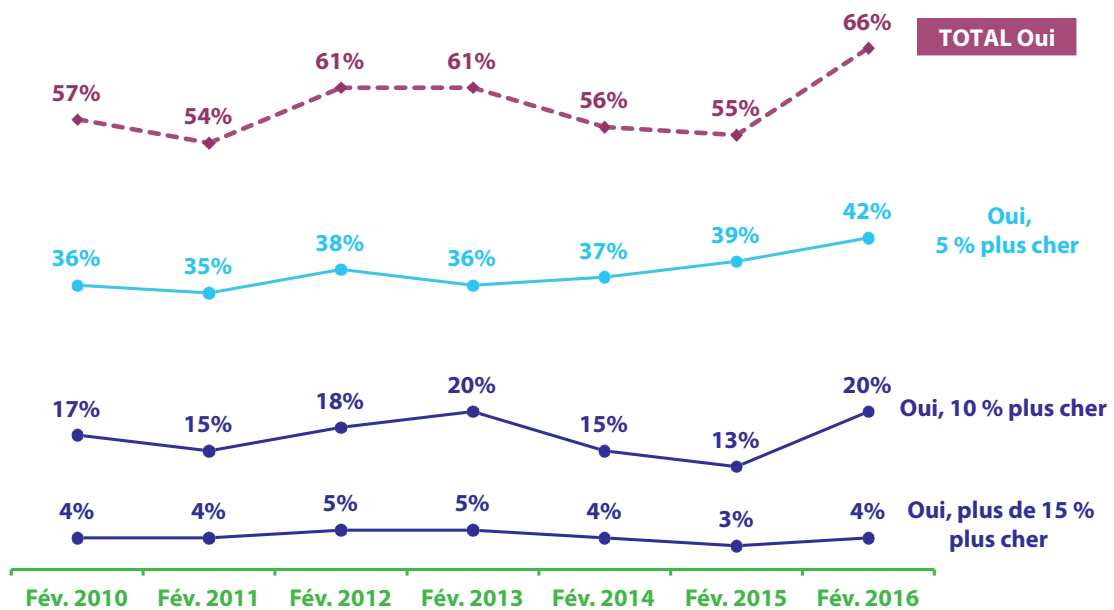
On comprend ainsi pourquoi – malgré un contexte de crise économique habituellement contraignant pour la consommation des ménages – les deux tiers des Français se disaient, en février 2016, prêts à payer plus chers leurs produits dans le but d'assurer un revenu correct aux agriculteurs (*Graphique 12*). Cette proportion est même en progression significative par rapport à 2015 (+ 11 points). Parmi les 66 % de personnes disposées, en 2016, à consentir à cet effort,

11 - Étude quantitative réalisée pour le SNIV – SNCP, par questionnaire auto-administré en ligne, auprès d'un échantillon de 1 000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, du 17 au 22 avril 2014.

12 - Étude quantitative réalisée pour Rinzen Conseil, par questionnaire auto-administré en ligne, auprès d'un échantillon de 977 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, du 24 au 28 août 2015.

Graphique 12

Question : est-ce que vous seriez prêt(e) à payer plus chers vos produits alimentaires pour garantir un revenu correct aux agriculteurs ?



42 % accepteraient de payer leurs produits 5 % plus chers (+ 3 points comparé à 2015), 20 % accepteraient de payer + 10 % (+ 7 points) et seulement 4 % pourraient payer 15 % plus cher. Ces résultats sont bien en ligne avec la légitimité accordée aux revendications économiques et sociales exprimées par le secteur agricole, le tout pouvant se résumer par une réelle compassion des Français à son égard.

## 6. CONCLUSION

Malgré les événements « *négatifs* » pouvant alimenter l'actualité au fil du temps, l'attachement des Français à leurs agriculteurs est bien réel. L'image de la profession véhiculée par les médias prend différentes formes qui n'impactent pas l'opinion de la même façon. Même si les actions « *coup de poing* », plus ou moins agressives, peuvent parfois faire craquer la carapace de confiance enveloppant les agriculteurs, celle-ci est loin de s'effondrer. À l'opposé, des émissions comme *L'amour est dans le pré* sur la chaîne M6 peuvent redorer leur image dans le sens où elles montrent au grand public – même très partiellement – la réalité de leur vie et non pas uniquement leur découragement. Le risque semble davantage résider dans la diffusion d'enquêtes d'investigation (gavage des canards, utilisation de pesticides, ...) car elles représentent autant de signaux faibles venant alimenter un discours ambiant qui peut, progressivement, devenir suffisamment sonore pour affecter sur l'opinion. Le risque est d'autant plus grand que nous avons vu à quel point un événement ou un fait particulier peut retentir beaucoup plus largement sur la filière.

De son côté, la profession elle-même communique peu sur ses pratiques. Elle nourrit donc peu son image, ce qui engendre une perception polarisée entre :

- ◆ d'une part, la survivance d'une image globale particulièrement positive, associée à un modèle agricole traditionnel
- ◆ d'autre part, l'impression d'une relative opacité des pratiques agricoles, d'un manque d'informations davantage attribuée aux grandes exploitations et aux productions intensives.

Or, il semble que les craintes du grand public ne se situent plus vraiment, aujourd'hui, dans le registre des crises sanitaires<sup>13</sup>, mais plutôt dans celui de la qualité des produits. Leurs inquiétudes peuvent ainsi

13 - À noter que toutes les études dont les résultats sont utilisés dans cet article ont été réalisées avant la découverte d'un nouveau cas de vache folle dans les Ardennes, le 24 mars 2016.

avoir trait à la nocivité potentielle / supposée des produits – en témoigne l'impact sur la consommation du récent classement de la viande rouge par l'Organisation mondiale de la santé (OMS) dans la catégorie des produits « *probablement cancérogènes* » – mais, dans ce cas, les éleveurs ne sont pas considérés comme responsables. Plus largement, le manque de transparence concernant certaines pratiques semble, aujourd'hui, davantage porteur d'inquiétudes et donne, par conséquent, un large crédit aux émissions prétendant faire la lumière sur certaines pratiques, même si celles-ci ne sont pas toutes à la charge des agriculteurs (présence possible d'OGM dans l'alimentation, affaire dite de la viande de cheval, pratiques peu scrupuleuses de certains abattoirs, etc.). À ce titre, il faut noter qu'à l'occasion d'un sondage mené en 2013, suite à cette affaire, près des deux tiers des personnes interrogées (64 %) ont estimé que la qualité des produits alimentaires s'était détériorée en France par rapport à dix ans auparavant : soit une progression de + 16 points en deux ans et, pour la première fois depuis 2000, une perception s'avérant majoritaire<sup>14</sup>. Mais, là encore, avant que le symbole de l'agriculteur ne soit attaqué, d'autres acteurs du système alimentaire figurent en première ligne, avec la grande distribution en tête de file et les industriels à sa suite.

La méconnaissance du grand public – hormis les personnes proches de la profession – en matière de pratiques agricoles est un fait. Celles-ci sont, tout au plus, présentes à l'esprit de façon superficielle, sans en connaître ni l'objectif, ni les implications réelles : utilisation d'antibiotiques dans les élevages, recours aux pesticides, impact du « *pet des vaches* » sur la couche d'ozone, ... Rien de plus normal que cette méconnaissance dans la mesure où il s'agit de sujets complexes, souvent réservés à des experts. C'est d'ailleurs pourquoi la *Fondation GoodPlanet*, présidée par le photographe Yann Arthus-Bertrand et visant à promouvoir l'écologie, a souhaité organiser, en 2015 avec l'Ifop, une conférence de citoyens<sup>15</sup>. Le but était de faire émerger les préoccupations des consommateurs et leurs propositions pour une alimentation durable. L'opération a :

- ◆ confirmé le manque d'information du grand public

14 - Étude Ifop pour Radio Alouette, réalisée par questionnaire auto-administré en ligne, auprès d'un échantillon de 1 009 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, du 12 au 14 février 2013.

15 - Une conférence de citoyens rassemble une vingtaine de personnes, sélectionnées dans le but de refléter la diversité des profils de Français. Des conférences d'experts, dont un comité de pilotage veille à la neutralité, leur sont données afin de permettre aux citoyens d'émettre un avis éclairé.

- ◆ permis d'exprimer de réelles attentes quant à la nature de l'information souhaitée : « (...) *Les informations indispensables sont, selon nous : la provenance du produit, l'émission totale de gaz à effet de serre nécessaire à sa production et à son acheminement, le système de production (agriculture intensive, raisonnée, élevage intensif, traditionnel, etc.)...* ».
- ◆ mais aussi son mode de diffusion et son émetteur : « (...) *Des spots télévisés produits par les pouvoirs publics. Ces spots auraient vocation à montrer la réalité des méthodes de production et d'acheminement des denrées alimentaires (ex : poulets élevés en batterie ou élevés en liberté)...* ».

Il serait bien évidemment très risqué de faire la transparence sur tous les aspects de la chaîne alimentaire.

En effet, l'image d'animaux d'élevages en cages est, de toute façon, négative, tout comme celle d'un abattage, même pratiqué dans les meilleures conditions, constitue en elle-même une image violente. Mais, plutôt que de communiquer sur la réalité des pratiques, peut-être la profession gagnerait-elle à informer sur les efforts et les engagements des filières. À ce titre, certains dispositifs en place, telles la Charte des bonnes pratiques d'élevage ou les implications du plan Ecophyto pour l'agriculture, pourraient, sous réserve d'une communication adaptée aux attentes du grand public, servir de support à une information susceptible d'entretenir la bienveillance à l'égard de la profession.