

Argument A 3	<h1>IMAGE DE L'AGRICULTEUR</h1>
	Social

Date (01/02/2010)

DE QUOI S'AGIT-IL?	<p>'L'image de l'agriculteur' est la représentation mentale que ce font les non-agriculteurs des agriculteurs. Ce que nous soulignons ici est la différence entre l'image qu'aimeraient renvoyer les agriculteurs et l'image réelle qu'ils pensent avoir auprès du grand public. Cette image est l'un des aspects de la pression sociale qui s'exerce sur les agriculteurs et qui contribue à l'identité sociale de cette profession.</p>
POURQUOI?	<p>La plupart des agriculteurs sont fiers de leur profession et ont investi dans des technologies innovantes et respectueuses de l'environnement. Cependant, ils ont souvent l'impression que leurs efforts ne sont pas reconnus et que les aspects négatifs de l'agriculture conventionnelle sont exagérés. Engager un débat avec les agriculteurs sur la façon dont ils sont perçus par la société est un excellent moyen pour les sensibiliser à la Lutte Intégrée qui peut les aider à améliorer leur image et être reconnus comme des acteurs positifs.</p>
COMMENT?	<p>Encouragez les agriculteurs à discuter de leur image en posant des questions sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ L'image des agriculteurs dans la société. ▶ L'image qu'ils aimeraient renvoyer. ▶ Les anecdotes touchant à leur famille, leurs voisins, amis, l'école et les médias... <p>Orientez le débat sur le thème des pratiques culturelles durables ou la Lutte Intégrée et la manière dont ils peuvent s'en servir pour améliorer leur image dans le cadre de leur profession grâce à la reconnaissance de ces pratiques au niveau législatif, auprès des distributeurs et des revendeurs et comme moyen de communication et de promotion auprès du grand public.</p> <p>Utilisez les points suivants pour élaborer votre argumentation et complétez avec des informations pertinentes (des exemples sont fournis pour chacun des sujets) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Les non-agriculteurs sont intéressés par le métier d'agriculteur: chaque année, le Salon International de l'Agriculture à Paris attire de plus en plus de visiteurs

	<p>(670 000 en 2009, les deux tiers de ces visiteurs ne font pas partie du monde rural).</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Les agriculteurs investissent du temps et de l'argent pour tenter d'améliorer leur image: l'organisation agricole britannique LEAF a développé un programme ambitieux pour restaurer la confiance du public vis-à-vis de l'industrie agro-alimentaire. Des dimanches portes ouvertes à la ferme sont proposés ainsi que des outils d'aide personnalisés pour préparer les agriculteurs à communiquer avec les visiteurs. ▶ Les agriculteurs sont sensibles à la pression sociale : une étude portant sur 205 agriculteurs de grandes cultures menée par des sociologues démontre que lorsque les agriculteurs s'engagent dans une démarche de production durable, leur principale motivation est d'améliorer leur image auprès du public, même si les considérations économiques et environnementales restent prioritaires.
<p>SOURCES</p>	<p>Linking Environment And Farming. www.leafuk.org Michel-Guillou, E & Moser, G. 2006. Engagement des agriculteurs en faveur de la protection de l'environnement : de la pression sociale à une conscience environnementale. J. Environmental Psychology 26(3): 227-235.</p>