

La FNSEA sera sur le Tour de France pour promouvoir les métiers de l'agriculture

© 28/06/2022 | 👤 Delphine Jeanne • 📰 Terre-net Média

Pour combler les nombreux départs en retraite qui pourraient advenir dans les 10 ans, mais aussi pallier les difficultés de recrutement dans le secteur agricole, la FNSEA met en place une campagne de communication d'envergure pour inciter les jeunes à se tourner vers les métiers de l'agriculture. Pour lancer cette opération, le syndicat sera présent dans la caravane publicitaire du Tour de France avec un slogan, « ma nature, mon futur, l'agriculture ».



Jérôme
Despey,
Christiane
Lambert et
Jérôme
Volle ont
présenté le
28 juin la
nouvelle
campagne
de
promotion
des métiers
de
l'agriculture,
qui sera
lancée sur
le Tour de
France.
(©Terre-
net Média)

« L'agriculture est attendue, mais les **métiers de l'agriculture** sont méconnus » : forte de ce constat, la FNSEA déploie à partir de cet été une campagne de promotion de grande ampleur pour **faire connaître la diversité des professions** dans ce domaine d'activité et **attirer les jeunes vers le secteur agricole**. Sous la bannière « **ma nature, mon futur, l'agriculture** », le syndicat sera présent dans la **caravane publicitaire du Tour de France** du 5 au 31 juillet, sur les parcours hommes et femmes. Le message contient trois axes : la diversité des métiers, qui peuvent ainsi convenir à tous, l'importance des besoins en recrutement, et la multiplicité des niveaux de compétences recherchés.

W

" @LeTour et la #FNSEA ce sont 15 ans d'histoire. Et cette année, une grande première : notre campagne prendra toute sa part au #TourDeFranceFemmes. Les métiers de l' #agriculture se conjuguent au féminin et nous le ferons savoir !"
@JeromeDespey #AgricultureMonFutur pic.twitter.com/4tiVgOm7C

— La FNSEA (@FNSEA) June 28, 2022

Il y a en effet urgence à communiquer sur les **besoins en main-d'œuvre agricole**. Le **dernier recensement agricole** fait état d'une **diminution de 4 % des actifs chaque année**, et d'ici 10 ans, 50 % pourront prétendre à la retraite et quitter l'agriculture, rappelle Christiane Lambert, présidente de la FNSEA. En parallèle, les difficultés de recrutement sont manifestes dans le secteur qui fait donc face à un double défi, **renouveler les générations d'agriculteurs**, et les équipes de salariés. « Le **recrutement en agriculture** se fait beaucoup par le bouche à oreille. Or aujourd'hui, cela ne suffit plus, nous devons en sortir », ajoute la présidente de la FNSEA. « Nos besoins en main-d'œuvre, c'est **60 000 à 70 000 personnes** », rappelle Jérôme Volle, président de la commission Emploi de la FNSEA.

Séduire les jeunes hors cadre familial

De la même façon, si les enfants d'agriculteurs formaient il y a plusieurs années l'essentiel des effectifs des **formations agricoles**, ils sont de moins en moins nombreux à suivre la voie ouverte par leurs parents. « Il faut **séduire un public plus éloigné du secteur agricole**, il est important de montrer que notre domaine d'activité est ouvert à tous face à une méconnaissance des métiers de l'agriculture », explique encore Jérôme Volle. « Actuellement, en Ardèche, 50 % des jeunes **s'installent hors cadre familial** et 20 % viennent d'un autre territoire », précise-t-il.

En tant que syndicat reconnu comme représentatif des employeurs de main-d'œuvre, la FNSEA a déjà mené à plusieurs reprises des **campagnes de communication autour des métiers de l'agriculture**. Pour cette nouvelle opération, le lancement pendant le Tour de France devrait marquer un tournant, puisqu'il constitue « un choix vivant, très visuel, qui va circuler dans toute la France », en bénéficiant aussi de la visibilité du Tour de France, souligne Christiane Lambert. Avec un char et deux monospaces aux couleurs de la campagne, et des villages de promotion lors des étapes, le syndicat entend cette fois aller à la rencontre du public et « **susciter un dialogue avec nos concitoyens** et les jeunes pour montrer que ces métiers attirent », précise de son côté Jérôme Despey, secrétaire général de la FNSEA.



#AgricultureMonFutur

En avant première, @JeromeDespey dévoile le dispositif déployé à l'occasion du #TourDeFrance : identité graphique, char, goodies... pic.twitter.com/e54TWWGdOp

— La FNSEA (@FNSEA) June 28, 2022

Sans compter que le large public du Tour de France comprend de nombreux jeunes. L'année dernière, sur les 42,4 millions de personnes en audience globale cumulée, 4,8 millions avaient entre 15 et 24 ans. Et cette année, la grande boucle sera aussi présente sur Netflix, une plateforme qu'affectionnent particulièrement les adolescents et jeunes adultes.

A lire également > **Main d'oeuvre : les exploitants agricoles s'associent et sous-traitent de plus en plus !**