



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Bilan sur l'état actuel de l'information économique des agriculteurs

Jean Géraud

Abstract

Information should give an answer to the present problems of the farmers in a form that is within their comprehension.

A preliminary study is essential: that of the agricultural sector, of its psychological and, mental reactions to all the inside or outside sources of information.

Résumé

L'information doit être une réponse aux questions que se posent actuellement les agriculteurs, elle doit emprunter une forme qui leur soit accessible.

Une étude préalable est nécessaire, celle du monde agricole, de ses réactions psychologiques et mentales devant toutes les sources d'information, exogènes et endogènes.

Citer ce document / Cite this document :

Géraud Jean. Bilan sur l'état actuel de l'information économique des agriculteurs. In: Économie rurale. N°69, 1966. pp. 11-21;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1966.1944>

https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1966_num_69_1_1944

Fichier pdf généré le 08/05/2018

ETAT DE L'INFORMATION ECONOMIQUE DES AGRICULTEURS

par J. GERAUD
Directeur d'E.S.O.P.

L'information doit être une réponse aux questions que se posent actuellement les agriculteurs, elle doit emprunter une forme qui leur soit accessible.

Une étude préalable est nécessaire, celle du monde agricole, de ses réactions psychologiques et mentales devant toutes les sources d'information, exogènes et endogènes.

APPRAISAL OF THE PRESENT ECONOMIC INFORMATION TO FARMERS

Information should give an answer to the present problems of the farmers in a form that is within their comprehension.

A preliminary study is essential: that of the agricultural sector, of its psychological and mental reactions to all the inside or outside sources of information.

L'information dans le monde agricole revêt un double aspect et se déploie sur deux fronts : celui de la *vulgarisation*, c'est-à-dire de la diffusion des techniques, et celui de *l'information économique*. Ces deux types d'informations, essentiels en milieu rural, sont *difficilement dissociables*.

En effet, la diffusion des techniques met en cause des processus économiques qui rejaillissent sur l'information économique. Mais surtout, les mécanismes humains entrant en action lors de la communication en milieu rural sont les mêmes, quels que soient les domaines dans lesquels on prétend se placer.

LES MECANISMES PSYCHO-SOCIOLOGIQUES

Pour cette raison, il paraît fondamental, avant d'aborder l'état actuel de l'information des agriculteurs, d'expliquer quels sont les mécanismes psychosociologiques mis en œuvre par l'information.

Le bilan que nous essaierons de faire ensuite ne portera pas sur l'état actuel de l'information : l'étude sur laquelle ce bilan prend appui est de 1962, et dans ce domaine les choses changent vite. Citons comme facteurs de ce changement : la diffusion de la télévision, les problèmes européens, l'exode rural.

Les niveaux de la transmission

L'émetteur code son message, le diffuse ensuite. Cette diffusion peut se faire par différents supports : la radio, la presse, la télévision, le cinéma sont appelés *moyens de communication de masse* ; les syndicats, les organismes professionnels publics ou privés, les groupements coopératifs constituent des *relais d'information* qui s'adressent à leur tour aux

agriculteurs soit par le truchement de « mass-media », soit par des réunions de micro-groupes.

Enfin, et quelle que soit l'origine de l'information, il y a *communications inter-personnelles* des agriculteurs, entre eux, ou avec des membres de la communauté rurale, ou avec des membres de ce que les sociologues appellent le « hors-groupe », c'est-à-dire le monde urbain.

Pour compléter le schéma classique qui s'arrête généralement à ce stade, il ne faut pas oublier l'« *alimentation en retour* » — « *feed back* » — permettant la régulation de l'information. Il est logique de prévoir en effet que les agriculteurs puissent demander soit directement, soit, plus efficacement, par le truchement des organismes les représentant, les informations dont ils estiment avoir besoin.

L'information est-elle comprise ?

Par suite, n'y a-t-il pas, aux différentes articulations, risque de perte d'informations, d'erreur sur

les informations transmises, de mise en question de la validité des informations et surtout de mise en doute de la bonne foi ou de la compétence de l'informateur qui fait souvent partie du « hors-groupe » ?

Mais, au préalable, une question est essentielle : l'informateur et l'informé sont-ils aptes à se comprendre ? Sans pousser le paradoxe jusqu'à se demander s'ils parlent toujours la même langue, on doit considérer deux points fondamentaux.

Une réponse aux questions du monde paysan ?

— Les informations apportées aux ruraux répondent-elles aux questions actuelles du monde paysan ? Ne sont-elles pas des informations justes, mais d'une justesse « industrielle » qui sous-estime le facteur humain et qui méconnaît la réalité paysanne ? En d'autres termes, a-t-on suffisamment montré à ceux auxquels l'information est destinée qu'il ne s'agit pas d'une information théorique, mais bien d'une prise de conscience des problèmes du monde rural et d'une tentative pour les résoudre ?

Un langage adapté ?

— Par ailleurs, ces informations sont-elles à la portée de ceux auxquels elles s'adressent, c'est-à-dire les mots utilisés sont-ils accessibles, les idées avancées sont-elles adaptées au niveau des agriculteurs ?

Comment l'informateur peut-il jouer son rôle dans de bonnes conditions s'il ne sait pas de manière scientifique à quoi pensent spontanément les agriculteurs, quels sont leur mode d'expression et les termes qu'ils connaissent, les zones de culture, la taille de l'exploitation et tous les autres critères différenciateurs (sexe - âge - niveau d'instruction, etc...) ?

Il convient de se méfier des idées reçues et des stéréotypes habituels, car dans ce domaine tout change vite.

Niveau d'information et prospective

En outre, il ne s'agit pas seulement de mesurer le niveau d'information, comme on prend la température d'un malade — c'est une conception rétrograde des sondages d'opinion publique — mais surtout d'expliquer les raisons de ce niveau d'information comme on porte un diagnostic. Partant de là, un pronostic devient possible : si des décisions qui tiennent compte du diagnostic interviennent pour provoquer certaines actions, alors une véritable « prospective » peut être mise en place.

Ce mot prospective est à la mode et il est certes plus aisé de l'utiliser, dans le dialogue, que de trouver dans la réalité quotidienne les ressorts efficaces de l'avenir ; toutefois, au delà de la réalité actuelle de l'information des agriculteurs — quelle qu'elle soit — il importe au plus haut point de percevoir

cette information et les actions qu'elle est censée engendrer, dans une perspective à la fois relativiste et dynamique. Dès lors les questions « combien » deviennent moins importantes que les questions « pourquoi et comment ».

Le contexte psychologique

Il faut avoir d'abord recours à une étude explicative des attitudes, des opinions et des informations des agriculteurs, jadis appelée « Etudes de motivations ». En milieu rural, ces études deviennent des monographies de zones dans lesquelles des interviews approfondies sont conduites par des psychosociologues auprès des agriculteurs. C'est en partant de telles études que les sondages sont adaptés et qu'une signification peut leur être accordée.

Les thèmes d'intérêts et de préoccupation des agriculteurs sont donc au premier plan de ce qu'il importe de savoir.

C'est donc par le « feed back » du schéma sur la théorie de l'information que nous entrons dans le vif du sujet. Quel est le *contexte psychologique dans lequel arrive l'information* ?

Quelques citations d'abord : « De Gaulle nous a mis à zéro », « Les taxes sont trop lourdes », « Les intermédiaires mangent sur le dos des producteurs », « Le vin qu'ils font ailleurs ne vaut rien : ils ajoutent du sucre. On tolère cette fraude », « Les prix de nos produits n'ont pas suivi l'évolution des prix industriels », « Les étrangers rachètent les terres parce que le cultivateur saigné aux quatre veines ne peut plus être le patron dans son village natal », « Au temps de Pétain, ça ne se serait pas produit », « Les gros exploitants tirent la couverture à eux, cherchent à tirer tout le parti possible du remembrement, mettent les premiers en œuvre des techniques nouvelles, alors qu'elles sont encore rentables », « Ce qui nous a toujours coulés c'est cette mentalité timorée qui fait qu'ils n'osent pas se lancer. Si nos pères s'étaient lancés, tout serait moins cher aujourd'hui : tracteurs et engrais. Si on pouvait s'entendre encore, aujourd'hui, on pourrait s'en tirer ».

Un sentiment d'injustice

Ces quelques citations parmi les plus typiques mettent en relief un problème économique mais surtout un problème *moral*, c'est-à-dire d'éthique, de *morale* au sens de valeur. Ainsi, on peut dire que le problème dominant la vie des agriculteurs est un *sentiment d'injustice subie*.

Imaginez que, dans votre entourage, les gens se conduisent effectivement à votre égard de manière injuste, vous persécutent. Imaginez ensuite qu'ils viennent vous dire ce que vous devez faire, comment faire vos comptes, ou même seulement qu'ils prétendent vous instruire. Quelle sera votre réaction ?

Vos voisins peuvent être des gens charmants et vous un homme affecté d'un délire de persécution : *le résultat opératoire est strictement le même.*

Le sentiment de subir une injustice pousse donc les agriculteurs à dénoncer des responsables, *des boucs émissaires.* Ce mécanisme est connu en psychologie sociale : des groupes sociaux, s'estimant en péril, déchargent leur tension agressive sur un autre groupe auquel ils attribuent, souvent à tort, la responsabilité de leur échec.

Nous reconnaissons un certain nombre de boucs émissaires dans les citations précédentes : leur nombre est le garant d'une certaine inefficacité dans la recherche de solutions.

Toutefois le bouc émissaire le plus « prégnant », le plus évidemment responsable, est le Gouverne-

ment, symbolisé par de Gaulle : « nous faisons les frais de sa politique de grandeur et d'orgueil ». Il est jugé responsable de « laisser faire les intermédiaires » et « d'encourager l'industrie au détriment de l'agriculture ».

Le fondement de *ce sentiment* très réel *d'injustice subie* est le besoin de considération éprouvé par les agriculteurs qui s'estiment déconsidérés par l'ensemble de la Nation.

Cela veut dire que *toutes les sources d'informations exogènes sont suspectées* a priori d'hostilité et que tout particulièrement le Gouvernement ne peut actuellement engager directement une campagne d'information efficace. *Des relais d'informations endogènes sont donc nécessaires*, c'est là un premier point.

LES SOURCES

L'information écrite

Un test de vocabulaire et de compréhension de messages destinés aux agriculteurs a montré que *sur le plan technique dans leur spécialité*, les exploitants étaient parfaitement au courant et comprenaient les textes, bien que la lecture soit le plus souvent lente et difficile. Sur le plan technique, hors de leur spécialité, les exploitants peu intéressés ne comprenaient pas, ne faisaient pas d'efforts particuliers. Les femmes ont paru souvent beaucoup plus ouvertes que les hommes et susceptibles de mieux comprendre les messages écrits.

Tout ce qui concerne les lois agricoles est strictement incompréhensible à la lecture, encore plus à l'audition.

Quant au problème du marché commun, les agriculteurs savaient, en 1962, qu'il s'agissait de supprimer les barrières douanières entre 5 à 6 pays, mais ne pouvaient les citer exactement. Dans chaque région la méfiance est grande vis-à-vis du pays avec lequel on risque d'entrer en concurrence.

Par exemple, les vins italiens sont un sujet de préoccupation pour les viticulteurs du Midi. On peut dire que les agriculteurs voient *généralement* tous les problèmes sous un angle personnel et régional.

Observation visuelle et contacts individuels

Nous avons insisté sur la nécessité de relais d'information dans le « en-groupe » pour des raisons affectives. A celles-là s'ajoute une raison de structure mentale.

En général, l'agriculteur est allé assez peu à l'école. S'il sait lire et écrire convenablement, le plus souvent, il n'en a guère le goût ; il y a certes des exceptions et, en moyenne, les jeunes agricul-

teurs ont été plus longtemps à l'école et ont plus de goût que les « anciens » pour l'information livresque.

Ce qui compte, c'est l'expérience. Or, pour les agriculteurs, l'expérience est basée sur *l'observation visuelle.*

L'agriculteur veut contrôler par la vue si ce qu'on lui dit est vrai. Ce raisonnement s'applique par généralisation à toute information. Cela explique la valorisation des *contacts individuels* : « On les voit au travail », « on va regarder », « nous allons voir les gens », « on voit comment font les gros ».

Toutefois, parce que valorisée, cette information fait apparaître des restrictions : « Il y en a qui se cachent ». « On se jalouse ». « Ils manquent de franchise ».

En dehors de ces relations nombreuses de voisinage existent deux sources d'information dans le « en-groupe » : *les marchés* et *les syndicats.*

Les marchés

On va surtout au marché voir du matériel et assister à des démonstrations. On s'y informe aussi un peu sur les prix, mais à ce point de vue les *coopératives* et surtout les *syndicats* ont remplacé cette information par les marchés. En pays de viticulture, dans l'Aude, cependant on déclare : « Au marché du jeudi, on ne parle que du vin : j'ai vendu mon vin à combien... quelle qualité... et il y vient des négociants de Paris et d'ailleurs. On parle des cours du vin, du rendement. On parle exploitation, des essais de plants, des engrais, résultats, échecs de la mécanisation. On se fait part chacun de ses expériences. Il y vient des gens des communes avoisinantes. C'est là qu'on voit le cours et la cote et quand quelque chose de nouveau se passe ».

Les syndicats

L'information syndicale est appréciée ; le plus souvent ce sont les petits agriculteurs qui se plaignent d'être délaissés par les syndicats.

Les services agricoles, les centres de gestion, les groupes de vulgarisation sont valorisés pour tout ce qui concerne les informations techniques.

Les C.E.T.A. sont peu cités et paraissent, là où ils existent, très fermés.

Les coopératives sont citées dans les régions laitières, d'élevage et de viticulture. Elles semblent de plus en plus appréciées par les producteurs de fruits et primeurs.

La presse agricole et locale

La presse et les écrits sont lus d'une manière très particulière. La presse régionale et locale, et surtout la « page agricole », sont lues le plus souvent. Exemple : « Le « Progrès agricole picard » est le plus intéressant. Ce sont des questions qui nous concernent. C'est un peu comme s'ils répondaient à des questions qu'on leur posait, c'est comme si on discutait avec eux, ça c'est très bien, c'est comme ça que ça doit se passer... Ils répondaient à des questions que je m'étais posées, c'est très intéressant... C'est une formule qui est très bien... Il y avait un nommé Brutus qui faisait des articles de fond et qui attaquait du reste beaucoup les hommes politiques... ».

La presse locale donne surtout des informations techniques concernant les cultures de la région. En effet, le paysan ouvre son journal en premier lieu pour s'informer du matériel et des méthodes de culture.

La presse nationale agricole est souvent citée : « La France Agricole », « la tribune du monde rural », « la tribune des éleveurs », « le Figaro agricole », « la vie des métiers ». Dans cette presse périodique, on recherche surtout des informations techniques, sur le matériel, les engrais, les méthodes de culture, les rendements.

Dans l'ensemble, la presse nationale est dévalorisée par rapport à la presse locale, parce que les problèmes sont envisagés d'un point de vue trop général.

Le mécanisme est très important à souligner : les agriculteurs croient surtout à ce qu'ils voient, à ce qu'ils touchent, à l'expérience concrète. Ils comprennent peu ou pas les textes législatifs, c'est-à-dire des textes abstraits.

A ce tableau, ajoutons une désaffection pour les textes d'une portée générale, dont l'application au cadre local, aux problèmes immédiats n'est pas évidente. Ce processus est général (du moins l'était-il suffisamment en 1962 pour que les choses ne

se soient pas modifiées très profondément depuis) et pose le problème des motivations des agriculteurs pour l'information économique.

Radio et télévision

L'information auditive est dévalorisée par rapport à l'information visuelle. On préfère lire le journal parce que si on n'a pas compris la première fois, on peut relire : « Vous comprenez, d'abord écouter comme ça, on ne comprend pas tout ; si c'est écrit sur le journal, on peut relire... et puis surtout on lit le titre, alors on voit un peu de quoi il parle... c'est plus facile pour nous. »

Dans l'ensemble, ni la radio, ni la télévision n'apparaissent comme étant des sources importantes d'information en matière agricole.

Au début de 1962, 13 % des agriculteurs possédaient un téléviseur ; maintenant 34 % en sont équipés. En 1962, la télévision paraissait surtout une distraction et, très secondairement, un moyen d'information.

Toutefois, la télévision : « c'est très bien parce qu'on voit » et encore « La télévision donne énormément d'informations, fait voir des choses qu'on ne pourrait jamais voir... ».

Enfin, un agriculteur de l'Eure exprimait clairement son point de vue sur la télévision, qui était celui de la majorité : « J'ai la télévision depuis un mois et demi. Ça serait bien la vulgarisation par la télé, s'il y avait beaucoup plus d'heures consacrées à l'agriculture... A la télé, une émission par mois c'est trop peu, et c'est trop tôt : à 6 heures du soir. C'est pas bien du tout ; et puis, on voit des fermes hollandaises ou bien du matériel américain extrêmement beau. On n'a pas l'habitude de ça, je préférerais des choses prises dans une ferme qui soit plus la nôtre enfin... pas une ferme de 400 ha avec un matériel extraordinaire. Qu'est-ce que vous voulez, ça nous laisse rêveurs... mais c'est tout... ».

Les informations techniques sont appréciées

Si le mécanisme de compréhension des messages par les agriculteurs est fonction de leur niveau de scolarisation, de leur difficulté à comprendre les termes abstraits, et de leur attrait pour le « visible », le « sensible », le « directement-en-relation-avec-les-problèmes-concrets-immédiats », toutefois l'intérêt pour les informations techniques est total et l'adhésion à des conseils dans ce domaine est complète.

Pour l'information sur les prix de vente des produits, les informations du journal sont confrontées avec les prix réels ; les acheteurs critiquent les journaux et offrent des prix inférieurs. La presse, la radio ne sont pas considérées comme de bonnes sources d'information.

Les informations générales sont peu suivies

Quant aux informations économiques générales, voire politiques, « on en prend et on en laisse » et on ne s'y intéresse que de très loin. Sauf exceptionnellement, *les agriculteurs ne voient pas clairement l'intérêt pour eux de telles informations.*

La politique est faite, nous ont-ils dit, contre eux, l'économie s'en déduit : tout ce qu'ils peuvent faire, pensent-ils, c'est produire mieux, plus vite et moins cher. On peut donc affirmer qu'en 1962, à de rares exceptions près, une des composantes importantes du malaise paysan *était une certaine inadéquation des agriculteurs à la solution de leur problème.* En simplifiant, on peut estimer que l'agriculteur a beaucoup évolué depuis la fin de la guerre, mais que cette évolution a été essentiellement technique. Elle reste à faire sur le plan économique.

Or, une majorité d'agriculteurs sont bien informés des problèmes techniques. Ils sont pour ou contre les solutions proposées, mais ils raisonnent sur le plan technique. Ils ont vu les « gros » exploitants faire d'énormes investissements techniques qui ont été rentables et ils commencent à s'ouvrir à cet univers de la mécanique, de la chimie et de la biologie, au moment même où *la technique seule ne peut plus résoudre le problème et même l'aggrave en créant une surproduction relative de produits agricoles.* Mais l'habitude prise de recourir à la « Déesse technique » est conservée. *Nous assistons alors à un décalage entre le type d'information recherché et le type d'information nécessaire.*

L'information économique

On a dit aux agriculteurs de se moderniser avant qu'ils ne vivent de manière aiguë le malaise actuel, mais c'est seulement à l'heure de ce malaise qu'ils sont assez sensibilisés aux problèmes techniques pour penser trouver là des solutions magiques.

En 1962, seuls les agriculteurs les plus instruits, les plus riches et les plus jeunes (c'est-à-dire une infime minorité) commençaient à percevoir les problèmes *en fonction des débouchés.* C'est là un intérêt à susciter et à développer qui engendrera nécessairement une quête d'informations économiques.

Toutefois, en 1962, les agriculteurs se donnaient comme des techniciens qui n'ont pas à se préoccuper des problèmes commerciaux de mise au marché, et, très contradictoirement, ils niaient qu'il y ait là un réel travail : « les intermédiaires n'ont rien d'autre à faire qu'à prendre leur commission au passage ».

L'information souhaitée concerne sur le plan économique d'abord *le prix* ; ensuite *les débouchés* : « on n'est jamais assez bien informé à l'avance... celui qui en souffre, qui boit le bouillon c'est nous, il faudrait être prévenu beaucoup plus tôt... je ne

sais pas, il faudrait constituer des stocks... et exporter si on en a trop ».

« Le bon sens, dit un agriculteur de la Creuse, ce serait de produire ce que les autres ne produisent pas. Mais nous, on se cogne le nez. On nous dit « produisez du cochon » et crac ! le cochon ne se vend plus. Que produire ? Le plus malin n'en sait rien. Les paysans de la Creuse ne peuvent pas savoir ce dont les Allemands ou les Belges ont besoin ».

Enfin, rarement apparaissait le besoin d'information sur *l'économie générale*, notamment les problèmes de structures, l'aménagement foncier, le plan. *Ce n'était pas à proprement parler un réel besoin, mais plutôt un manque d'information constaté par quelques-uns et pas forcément ressenti comme une déficience.* A cette époque, on avait noté un désintérêt marqué pour l'information économique mondiale, le marché commun. Désintérêt dénoncé par certains (jeunes et gros exploitants) : « Si vous faites une conférence sur le tracteur vous avez une salle comble, et si vous faites une conférence sur le marché commun, vous aurez trois ou quatre personnes pour toute la région, pour tout le département ».

Enfin, certains rappellent que l'information n'est pas tout : « Même si on nous donne les meilleurs conseils, on n'arrive pas à les suivre, déclare un Beauceron ; le difficile n'est pas de savoir ce qu'il faut faire, c'est de payer les factures ».

Quelques données factuelles

Voici les questions et réponses (recueillies en 1962) :

- A — Parmi les personnalités suivantes de votre région, lesquelles, selon vous, comprennent bien les problèmes des agriculteurs ?
- | | |
|--|------|
| — tout le monde | 40 % |
| — les agriculteurs et les techniciens de l'agriculture | 37 % |
| — le syndicat | 8 % |
| — le conseiller général, le député, le sénateur | 8 % |
| — personne | 7 % |
- B — Lisez-vous un quotidien ?
- | | |
|-------------------------------------|------|
| — un grand quotidien régional | 58 % |
| — un quotidien local | 18 % |
| — un quotidien de Paris | 2 % |
| — ne lisent pas de quotidien | 22 % |
- C — Quelles rubriques lisez-vous dans le journal ?
- | | |
|-------------------------------|------|
| — nouvelles locales | 67 % |
| — le cours des marchés | 47 % |
| — la page agricole | 46 % |
| — la météo | 39 % |
| — l'actualité politique | 24 % |
| — les petites annonces | 17 % |
| — le feuilleton | 16 % |
| — la page féminine | 11 % |

- D — La presse professionnelle est lue par 57 % des agriculteurs.
- E — La radio est possédée par 87 % des agriculteurs. La télévision par 13 % des agriculteurs (en 1966, par 34 %).
- F — Fréquentation des réunions destinées aux agriculteurs.
- oui, il y en a 65 %
 - vont à toutes 8 %
 - ne vont qu'à certaines 19 %
 - ne vont qu'à très peu 8 %
 - n'y vont jamais 30 %
 - il n'y a pas de réunion dans la région 35 %
- G — Aux 65 % qui connaissent ces réunions. Parmi les sujets suivants discutés à ces réunions, quels sont ceux qui vous intéressent le plus ?
- le prix des produits agricoles 87 %
 - l'exportation des produits agricoles .. 19 %
 - l'amélioration des sols 18 %
 - la sécurité sociale agricole 16 %
 - utilisation du matériel 15 %
 - remembrement 9 %
 - comptabilité dans l'exploitation 7 %
 - ramassage scolaire 3 %
- H — Sur les problèmes concernant l'agriculteur, qu'est-ce qui vous tient le mieux au courant ?
- la presse 61 %
 - radio - télévision 8 %
 - discussions 8 %
 - organisation professionnelle 8 %
 - parents - famille 2 %
 - rien 6 %
 - ne répondent pas 7 %
- I — Avez-vous entendu parler du IV^e plan de modernisation et d'équipement ?
- oui 27 %
 - non 73 %
- J — Que prévoit ce plan pour l'agriculture ?
- des crédits pour la modernisation de l'agriculture 8 %
 - organisation de la production et recherche de débouchés 2 %
 - des mesures sociales pour les agricultures 1 %
 - la diminution du nombre des agriculteurs ou des exploitations 1 %
 - l'aménagement de certaines régions.. 0,5 %
 - la décentralisation industrielle 0,5 %
 - l'application des accords du marché commun 0,5 %
 - la fixation des prix par l'Etat 0,5 %
 - ne peuvent préciser 13 %
- K — Avez-vous entendu parler des accords de Bruxelles concernant l'entrée de l'agriculture dans le marché commun ?
- oui 67 %
 - non 33 %
- L — Quel est le nom de l'actuel Ministre de l'agriculture ?
- E. Pisani 59 %
 - ne peuvent préciser 41 %
- M — En combinant les réponses aux questions I, K, L :
- paraissent assez bien informés sur le plan économique et politique (Plan de modernisation + Marché commun + ministre) 20 %
 - moyennement informés 27 % (Marché commun + ministre)
 - peu ou mal informés 53 % (une des deux informations ou aucune)

Conclusion

Ces résultats sur l'information des agriculteurs montrent que ces derniers font preuve d'un grand intérêt et d'une bonne connaissance des problèmes techniques, mais qu'un bilan de carence doit être dressé sur le plan de l'information économique.

Toutefois, ce bilan date de 1962 et peut s'être modifié dans une certaine mesure, car il était apparu à cette époque des facteurs importants de diffusion de l'information économique.

Le problème essentiel est que les informations apportées aux ruraux sont le plus souvent inadaptées aux problèmes tels que se les posent les paysans. Leur formulation les rend inaccessibles dans ce milieu.

Par ailleurs, le plus souvent une certaine méfiance préside à la réception des messages en provenance du monde urbain. La faveur des ruraux va vers les messages de types techniques.

Pour promouvoir l'information économique en milieu rural, il conviendra donc de montrer visuellement les effets souhaités plutôt que de diffuser une information théorique, et il convient en outre d'utiliser dans toute la mesure du possible les relais locaux d'information dans lesquels les agriculteurs ont une grande confiance (coopératives - syndicats - maires s'ils sont agriculteurs - techniciens de l'agriculture, etc...).

Les textes écrits soit sous forme de circulaire, soit

dans la presse agricole, doivent être le résumé des conférences ou des démonstrations auxquelles auront été conviés les agriculteurs. Ces textes écrits devront être courts et résumer le contenu de l'information en caractères gras, comme dans les manuels scolaires.

Enfin, la télévision se répand de plus en plus depuis 1962. Elle semble être un moyen de communication de masse, privilégié dans ce milieu sensible à ce qui se voit.

Les arguments à utiliser pour sensibiliser les agriculteurs à l'information économique devrait partir de la notion de débouchés commerciaux. Déjà en 1962, une minorité de ruraux parmi les agriculteurs les plus riches, les plus instruits et les plus jeunes commençaient à se préoccuper de leur marché. La plupart d'entre eux ne souhaitaient pas se préoccuper d'autres problèmes que des problèmes techniques. Le développement des coopératives, la nouvelle relance du marché commun agricole, l'arrivée en France d'agriculteurs pieds-noirs sont autant d'éléments qui s'ajoutent à l'exode rural des paysans les plus défavorisés et qui doivent avoir développé

considérablement l'intérêt et le goût pour les informations économiques.

Toutefois un élément, qui risque fort peu de s'être modifié, est le faible intérêt pour les problèmes généraux et abstraits. Lorsque la mise en relation avec des objectifs immédiats n'est pas évidente, tout bilan futur sur l'information économique des agriculteurs devra partir des données écologiques locales pour mettre en évidence, en fonction des données concrètes, ce que savent et ce qu'ignorent les agriculteurs.

Il est important enfin de noter que l'information technique, après un démarrage difficile, jouit maintenant d'une grande diffusion auprès des agriculteurs, ceci explique leur grande ignorance des problèmes économiques, car, en 1962, la plupart d'entre eux recouraient à la technique de manière tout à fait magique, croyant résoudre ainsi tous leurs problèmes.

Pour tous renseignements complémentaires, consulter la revue « Sondages » n° 1, année 1964.

DISCUSSION

M. Déramond. — Pouvez-vous rappeler de quel sondage il s'agit ?

— Pouvez-vous donner une idée de l'échantillonnage ? Est-il représentatif ?

J. Géraud. — J'ai été amené à effectuer plusieurs études en milieu rural. J'insiste sur le fait qu'à chaque fois, avant d'entreprendre un sondage, il est indispensable d'effectuer une étude qualitative psychologique, ceci non seulement pour préparer un questionnaire correspondant bien à la psychologie des interviewés et respectant une certaine priorité des préoccupations du moment, mais encore et surtout, comme fil directeur d'une interprétation de la photographie que constitue le sondage. Il est en effet dangereux de poser des questions inadaptées aux personnes interrogées ou même de les leur poser dans un mauvais ordre, car le répondant brûle quelquefois de dire ce qu'il a sur le cœur, répond à côté de la question posée et fausse ainsi le sondage. Cet élément de distorsion est beaucoup plus important que les données traditionnelles d'échantillonnage auxquelles tout le monde est sensibilisé, et auxquelles on satisfait généralement. Par ailleurs, les chiffres ne sont que les chiffres et l'expérience prouve que des interprétations erronées peuvent prendre appui sur des statistiques exactes.

Le sondage auquel je me réfère a donc été exécuté dans de bonnes conditions psycho-sociologiques (ce qui est essentiel).

Le terrain a été réalisé entre le 27 février et le 10 avril 1962, dans deux cent quatre-vingt quinze points d'enquête, dispersés dans soixante-dix neuf départements différents ; cent soixante-huit enquêteurs ont participé au travail sur le terrain. L'en-

quête a été bien accueillie, mais certaines difficultés se sont présentées lors des interviews des femmes qui, dans les pays de vieille tradition, se sont souvent retranchées derrière l'autorité ou la compétence de leur mari ou de leur fils.

Au total 2.004 personnes ont été interrogées. On peut affirmer qu'un tel échantillon est nationalement représentatif de la totalité des exploitants agricoles.

Les exploitants étaient concernés quelle que soit la surface de leur exploitation ; aussi fut-il décidé de prendre des fractions de sondage identiques quelles que soient les catégories de surfaces.

On a choisi comme base de sondage le département, et à l'intérieur du département, huit tranches de superficie correspondant à celles du recensement agricole de 1955.

Enfin, on s'est attaché à donner à chaque département une représentation proportionnelle à son poids, du point de vue du nombre d'exploitations dans la France entière, et, dans chaque département, à obtenir une représentation identique de chacune des catégories de surface mentionnées ci-dessus.

On a procédé ainsi dans le détail du mode d'échantillonnage :

— Sélection d'un certain nombre de communes dans chaque département (en moyenne 3,7 par département).

— Copie des listes d'exploitations figurant dans les mairies de ces communes : 13.000 adresses avec mention des surfaces.

— Tirage au sort dans les catégories départements surfaces des exploitants à interroger

(enfin, compensation ou redressement pour pallier à certaines déformations dues au tirage aléatoire).

— Ce sondage portant sur « l'information chez les agriculteurs » a été exécuté sur la demande conjointe du Ministère de l'Agriculture et de la R.T.F.

M. Browne. — Bien que d'accord sur les conclusions fondamentales, pessimistes, de l'enquête, trois observations me semblent à faire :

— 40 % d'agriculteurs estiment leurs problèmes compris de tous, c'est très rassurant ; alors que partout et à tous égards des gens s'estiment incompris.

— Les exploitants qui perçoivent l'importance capitale des débouchés ne sont pas toujours et de loin, les plus gros et les plus riches. Je songe à la curiosité, à la compétence à cet égard, de moyens et petits exploitants, membres ou non de C.E.T.A., dans le Poitou et le Languedoc notamment.

— 2 ou 3 auditeurs paysans pour une conférence Marché Commun ? Cette boutade me semble très excessive. Dès 1958/1959, le sujet faisait recette auprès des agriculteurs français de toute catégorie.

J. Géraud. — Ce qu'il faut souligner, à mon avis, c'est que 60 % des agriculteurs estiment leurs problèmes incompris, non pas en tant qu'individus sur le plan psychologique, mais en tant que groupe, sur le plan sociologique. Cela est à la base même de ce qu'on a appelé « le malaise paysan ».

Il est certain que si 40 % s'estiment compris de tous, cela prouve que les choses pourraient aller plus mal, mais c'est là un sentiment personnel auquel on pourrait objecter aussi, que les choses pourraient aller mieux.

Il est possible que les choses se soient arrangées depuis, mais je ne crois pas. Je crains même qu'il ne soit dans la nature des choses, que l'agriculture aille de mal en pis, jusqu'à ce que des solutions d'un type radicalement nouveau lui soient appliquées.

Un sondage effectué en 1964, pour le Comité d'Analyse Démographique et Sociale de la D.G.R.-S.T. montrait qu'environ 60 à 70 % des agriculteurs sont mécontents pour des raisons diverses dont ils estiment que le reste de la Nation n'est que très imparfaitement informé.

Pour qu'il n'y ait pas de confusion, j'insiste une nouvelle fois sur le fait que les 60 % d'agriculteurs incompris s'estiment compris par les autres agriculteurs, c'est un problème de groupe, non d'individu.

A propos de la conscience de l'importance des débouchés, le sondage prouve la chose suivante : ce sont bien **en général**, les plus gros, les plus riches, et les plus jeunes, qui comprennent le mieux l'importance des débouchés et qui, **toujours en général**, comprennent le mieux la situation. Ces agriculteurs dynamiques adhèrent par ailleurs à divers mouvements dont quelquefois les C.E.T.A.

Ce sont d'ailleurs ces adhérents de C.E.T.A. que vous connaissez le mieux : parmi ceux-ci, parmi les sympathisants et ceux qui sont sur le point d'adhérer, il existe des petits exploitants, des vieux agriculteurs et des agriculteurs sans instruction. Parmi ces derniers il y a des gens intelligents qui comprennent bien les problèmes. Mais enfin, si tous les petits et moyens agriculteurs étaient les plus conscients des problèmes, au lieu de subir la situation

actuelle, ils se seraient arrangés pour l'éviter, et pallier à ces inconvénients, ne serait-ce qu'en créant des coopératives efficaces de mise au marché.

D'ailleurs, dans ce domaine, une étude récente effectuée à l'Agence Havas pour le Centre National du Commerce Extérieur prouve encore la même chose : dans le Sud-Ouest, de gros agriculteurs Pieds-Noirs ont compris les premiers l'importance des débouchés et ont pris l'initiative de réaliser d'importantes chambres froides de stockage. Les petits agriculteurs locaux ont suivi en créant une coopérative deux ans plus tard ; il s'agit de Sainte-Foy-la-Grande.

Enfin, en ce qui concerne les réunions, seulement 5 à 10 % des agriculteurs les fréquentent assidûment.

Les problèmes du Marché Commun, qui n'avaient pas, en 1962, profité d'une publicité certaine liée aux nombreux désaccords — puis accords — de Bruxelles, ne les intéressaient qu'en tant que facteur direct d'exportation de produits agricoles, et non sur le plan général. On peut estimer à environ 2 % les agriculteurs intéressés à cette époque, et en ce sens restrictif, par le Marché Commun. Cela correspond à des milliers d'agriculteurs pouvant assister à des colloques sur ce thème, il reste à considérer que c'est un pourcentage faible.

Chacun de nous est mal placé pour juger de ce qui est intéressant et important pour les agriculteurs. En fonction même de notre rôle social nous connaissons toujours des exploitants ayant le même profil (sur un certain plan en tous cas). Il ne faut donc pas hésiter à se fier à des études scientifiques lorsqu'il en existe.

M. Viney. — De 1961 à 1965, Secrétaire administratif de la Chambre d'Agriculture de Meurthe-et-Moselle, j'ai été, à la suite de M. Browne, étonné de la réflexion citée, relative au peu de succès d'une conférence sur le Marché Commun et au succès probable d'une conférence sur le tracteur. Durant ma courte expérience à Nancy, il m'a été demandé d'organiser ou de participer à des conférences qui portaient sur des problèmes économiques. L'assistance était toujours nombreuse. Les demandeurs étaient généralement des organisations de jeunes. Peut-être aussi une région fortement industrialisée est-elle plus sensibilisée aux problèmes économiques.

Par contre, certaines conférences sur des sujets techniques, même fort intéressants, ne groupaient que quelques notables « en service commandé ».

Ce qui m'a étonné aussi, est le sondage prouvant que la presse est un support privilégié. Des journaux, même très diffusés, sont en fait peu lus ; les petites annonces paraissent quelquefois l'essentiel de ce qui est retenu. Par contre des réunions au chef-lieu de canton sont très suivies, on le constate par l'uniformisation du vocabulaire technique.

J. Géraud. — Je comprends parfaitement la remarque de M. Viney qui va dans le même sens que celle de M. Browne.

Je suis, comme vous, persuadé que les agriculteurs sont susceptibles de comprendre, et de comprendre l'intérêt pour eux, d'informations économiques, surtout dans la mesure où elles auront été adaptées, où une formation préalable aura eu lieu.

Que des demandeurs aient été des **organisations** de jeunes comme vous le soulignez vous-même, dans une région fortement industrialisée comme la Meurthe-et-Moselle, va, me semble-t-il, dans le sens de ce que le sondage a montré.

Tant qu'on ne fait pas sur un problème une étude par sondage **représentatif**, on risque de se faire sur la question une idée fautive, car on n'a de contact qu'avec une certaine fraction de la population.

Le niveau d'information est lié à une sorte d'ouverture au monde extérieur, qui ne se rencontre pas chez tous, et est fonction d'une ambiance socio-culturelle plus développée.

Sur le plan des réunions, 5 à 10 % des agriculteurs, suivant les régions, les fréquentent régulièrement. La presse est citée par 61 % des agriculteurs. Sans doute, les 5 à 10 % de participants à ces réunions, souvent riches et jeunes, largement ouverts au monde extérieur, disposant peut-être d'autant de superficie que les 61 % qui citent la presse, font illusion et paraissent au fond, plus nombreux qu'ils ne sont.

Leur activité, leur participation, leur engagement dans la vie professionnelle, sont certains et doivent être soulignés : les statistiques ne sont bien sûr que des chiffres.

M. Chatanay. — Je suis d'accord sur les grandes lignes de votre intervention, l'insuffisance de l'information économique chez les agriculteurs et les difficultés de développer cette information.

Mais cet exposé soulève cependant de ma part des réserves, du fait de son manque d'actualisation. Il aurait été intéressant de faire ressortir les écarts dans l'information, entre 1962 et la situation actuelle, et tout d'abord, de comparer sur certains points le niveau de l'information des agriculteurs par rapport aux autres groupes sociaux professionnels. Par exemple, il n'est pas certain que les autres groupes soient mieux informés du Plan. Les organisations professionnelles agricoles ont fait un très large effort d'information, au cours de l'élaboration du V^{me} Plan. A cet effort s'est ajoutée la participation des organisations locales au sein des Commissions de Développement Economique Régionales.

En outre, on constate un certain recul relatif de l'intérêt pour l'information technique et au contraire une progression de l'intérêt pour l'information économique : par exemple, le Marché Commun est un des thèmes les plus susceptibles de rassembler un grand nombre d'agriculteurs.

Il faut constater que l'implantation des idées économiques est certes lente, mais il est encore plus intéressant d'enregistrer les progrès que l'on peut qualifier de rapides dans un milieu aussi difficile à informer et dont certaines informations bouleversent les opinions admises et les habitudes : par exemple des informations sur les S.A.F.E.R., l'I.V.D., etc...

Il faut aussi constater que certaines idées économiques constituent des blocages : par exemple, l'indexation des prix, la loi d'orientation.

Enfin, il aurait été intéressant d'étudier le rôle actuel de la télévision, avec des émissions telles que

le Revenu agricole dans Cinq Colonnes à la Une, ou les émissions spéciales effectuées en Bretagne à l'initiative du Ministère de l'Agriculture.

En conclusion, tout en reconnaissant la très grande insuffisance de l'information économique des agriculteurs, il aurait été intéressant d'étudier l'évolution du niveau de l'information afin de dégager les voies permettant de l'améliorer.

J. Géraud. — Je déplore comme vous que les résultats cités aient quatre ans d'ancienneté. Il serait important de refaire un point en 1966 ou 1967 pour mesurer l'écart, l'évolution...

Je suis prêt à reconduire cette étude si les moyens budgétaires en sont trouvés.

Il est certain que les ouvriers ne sont certainement pas mieux informés sur le Plan que les agriculteurs, mais les chefs d'entreprise, les industriels, sont bien mieux informés sur le Plan, sur le Marché Commun que ne le sont les agriculteurs, et c'est cette comparaison qu'il faut retenir : l'exploitant agricole est un chef d'entreprise et non un salarié.

Je suis d'accord pour admettre, sur la base d'une étude que j'ai effectuée sur le moral des agriculteurs en 1964 et publiée dans la Revue Française de Sociologie (Numéro Spécial 1965 — Les transformations des sociétés rurales françaises) — qu'il y a un recul relatif de l'intérêt pour l'information technique et au contraire une progression de l'intérêt pour l'information économique.

Il serait important de mesurer cette progression, d'en analyser les causes et de stimuler la mise en œuvre de différents programmes de formation pour faire de la prospective réaliste et efficace. Mais encore une fois, cela supposerait que des fonds soient trouvés.

M. Cépède. — Pour revenir sur l'émotion suscitée par le fait signalé par M. Géraud : « Pour une conférence sur le Marché Commun vous aurez trois ou quatre auditeurs, sur les tracteurs vous ferez salle pleine », je voudrais citer les résultats de deux enquêtes. Dans la première, on a demandé : « Etes-vous en faveur de l'aide aux pays en voie de développement » ? Réponse : 85 % de oui. Mais une seconde question était : « Quelle est selon vous la proportion des Français en faveur de cette aide » ? La réponse était aux environs de 20 %.

Dans la seconde enquête, on a envoyé à un panel représentatif, trois disques d'un chanteur connu en demandant d'abord de les classer selon le goût de chacun : 95 % ont désigné celui qui avait la valeur musicale la plus grande. La seconde question était : « Quel est le disque qui aura le plus de succès » ? Les 95 % se sont presque intégralement retrouvés pour désigner le moins bon.

Il y a donc distorsion entre ce que chacun estime devoir penser et ce qu'il croit que pensent ses contemporains... et cela explique peut-être pourquoi l'interpellé prétendait que le Marché Commun n'attirerait personne, alors que c'est un des sujets sur lequel on avait les auditoires les plus nombreux.

J. Géraud. — Les exemples cités par M. Cépède sont très significatifs. Je propose de les interpréter à l'inverse, en utilisant les concepts de « pression

sociale » et de « projection », mots barbares empruntés au vocabulaire de la psychologie sociale.

Quand on demande à quelqu'un d'indiquer son choix, il se sent jugé par l'enquêteur et il choisit « la bonne réponse ». Dans le premier cas : il faut aider les pays sous-développés. Dans le second cas : je choisis la meilleure musique. Cela ne correspond pas forcément à mes penchants, mais c'est ce qui crée le moins de tension dans ma relation avec l'enquêteur, représentant d'une certaine « pression sociale », d'une éthique, du « sur-moi », diraient les psychanalistes.

Par contre, quand on me demande ce que pensent les autres, je peux réellement me projeter sur eux, leur attribuer mes phantasmes et mes désirs même si ces derniers sont socialement inacceptables : c'est des autres qu'il s'agit. De même le fait qu'on ait pu réunir un auditoire, jugé nombreux et n'étant pas venu sur commande, ne prouve pas « ipso-facto » que le souci majeur des agriculteurs soit le Marché Commun et les problèmes économiques.

Mais comme le phénomène de projection joue à tous les niveaux, il se peut que nous prenions aussi nos désirs pour des réalités.

M. Duquesne. — Directeur d'un Centre de Promotion professionnelle agricole qui forme des ouvriers spécialisés et des exploitants, je me permets d'apporter un petit témoignage. Celui-ci concerne l'intérêt que portent les jeunes ruraux (moyenne d'âge de nos stagiaires : 23 ans) aux problèmes économiques.

Sur 838 stagiaires qui sont passés par notre Centre, soit en sessions longues, soit en sessions courtes, plus de 500 nous ont dit :

« La technique nous intéresse, elle est nécessaire, mais ne pourriez-vous pas nous parler des problèmes économiques : gestion, marchés, débouchés, Marché Commun, prix de revient, commercialisation, etc... ».

Il y a donc lieu d'être optimiste quant à l'intérêt que portera le professionnel de demain aux problèmes économiques.

M. Forestier. — L'exposé de M. Géraud dégage une impression de pessimisme : les 2 millions de chefs d'exploitations agricoles, qu'il faut sensibiliser aux exigences immédiates de l'adaptation économique, ont en face de l'information une inertie telle qu'on peut douter provoquer chez eux une évolution suffisamment rapide. Ne faut-il donc pas distinguer un autre type de clientèle pour l'information économique ? Celle-ci doit être conçue pour les 30.000 ou 50.000 cadres du monde agricole, susceptibles de l'exploiter et la comprendre ; les relais sont donc fondamentaux en ce domaine, et c'est d'abord pour eux que devrait être repensé tout l'appareil d'information, beaucoup plus que pour la masse rurale.

J. Géraud. — Les relais d'information que constituent les leaders locaux sont tout-à-fait fondamentaux dans le domaine agricole. L'expérience prouve qu'ils sont imités par les autres agriculteurs, mais que cette imitation est aveugle, liée qu'elle est à un facteur de confiance.

Dès lors, on peut dire que les leaders (dans 32 % des cas les interviewés citent, comme étant l'hom-

me le plus important de la région, un gros exploitant) jouissent du prestige nécessaire au pédagogue et qu'ils sont assez sensibilisés aux problèmes des petits agriculteurs. On peut en déduire que les conditions idéales sont remplies, mais il s'agit de conditions nécessaires. La condition suffisante serait que ces leaders désirent former les autres agriculteurs et ensuite qu'ils en aient le temps et les moyens.

N'est-il pas utopique de penser qu'un gros exploitant peut être amené à jouer ce rôle ?

Par ailleurs, s'il est copié de l'extérieur, sans compréhension réelle, ne risque-t-on pas des bévues, telles celle bien connue d'acheter un tracteur disproportionné à la taille de l'entreprise et dont le prix n'est pas amortissable par une petite exploitation ?

A ces réserves « pessimistes » près, les relais d'information sont fondamentaux : je pencherai plus pour ma part, en faveur d'un relai spécialisé : formateurs, éducateurs qui auraient reçu une sorte d'investissement de la part des leaders locaux.

Enfin les relais d'information, s'ils nécessitent comme vous l'avez souligné une information particulièrement élaborée et détaillée, ont besoin pour être efficaces que le terrain où ils exerceront leur vocation informatrice ait été lui-même préparé par une information générale.

L'information pour la masse rurale et l'information pour les relais sont donc, comme les parties complémentaires d'un puzzle, en étroite relation.

M. Robilliard. — Vous soulignez l'importance des relais endogènes, en ce qui concerne l'information des agriculteurs. Par ailleurs, vous constatez l'influence prédominante de la presse dans cette information. Faut-il considérer que les agriculteurs perçoivent la « presse » comme un relais endogène ?

J. Géraud. — La presse est le moyen d'information le mieux diffusé. Les relais endogènes sont les moyens d'informations les plus efficaces et sans doute, de ce fait même, des moyens privilégiés de formation.

Mais comme je tiens à le souligner, ces deux moyens sont complémentaires et doivent non seulement coexister, mais encore être coopérants.

Les quotidiens qui prédominent sont en général des régionaux, sauf dans le centre où ce sont des quotidiens locaux.

Dans ces quotidiens sont lues les nouvelles locales (67 %), la page agricole (46 %), le cours des marchés (45 %), la météo (39 %), l'actualité politique (24 %), enfin les petites annonces, le feuilleton et la page féminine.

Outre ces quotidiens, les agriculteurs lisent le plus souvent des publications d'intérêt local et la presse agricole spécialisée : on peut donc dire que cette presse est perçue comme endogène, comme écrite par des membres du « en-groupe ».

M. Bellanger. — Si l'exposé de M. Géraud paraît à certains pessimiste, il me semble plutôt réaliste : en tout cas, il recoupe parfaitement une étude intéressante et peu connue, parue dans la revue « Etudes d'Economie Rurale » il y a quelques années.

Cette étude relate une enquête faite dans 2 communes d'Ille-et-Vilaine de la région de Fougères. Elle met en évidence le degré de « non-information »

du monde rural et les difficultés de cette information en raison, notamment, du vocabulaire très limité des agriculteurs.

L'auteur donne comme exemple le mot « intégration » que les gens risquent de subir avant d'en avoir connu le sens.

Que pense M. Géraud de l'importance des relais d'information ?

Mais il faut tenir compte du fait que seuls sont des relais efficaces ceux qui ont l'audience de leur milieu et il semble que seuls ont cette audience, ceux qui partagent les difficultés, les problèmes de la masse. Un meneur d'hommes qui a fait la preuve de son efficacité, Lénine, a énoncé le principe suivant : « Le chef de bataillon doit marcher 20 pas devant ses hommes ; 20 pas seulement ».

Cette règle trop peu connue explique tout le drame de la coupure entre les agriculteurs évolués et les autres, et de la trop faible influence des premiers sur les seconds.

J. Géraud. — M. Bellanger a parfaitement résumé la situation.

Les relais d'information efficaces sont des exploitants importants et sympathiques qui sont imités très souvent, mais qui n'ont que fort rarement le temps et le désir d'être des éducateurs et des initiateurs. Les pédagogues et éducateurs spécialisés ne jouissent pas toujours de la meilleure audience : ils doivent faire leurs preuves. C'est pourquoi l'investiture des seconds par les premiers est nécessaire.

La coupure est grande entre les agriculteurs « évolués » et les autres (je mets évolué entre parenthèse car je n'aime pas ce jugement de valeur que rien ne justifie). En tous les cas, cette coupure est non seulement grande mais grandissante chaque année.

Les petits exploitants vont au devant d'une série de drames humains qui devraient inquiéter bien davantage les Pouvoirs publics.