

*Pré-dossier*

# ***Le Train de la terre***

***L'agriculture et la forêt rythment notre vie quotidienne***

***Du 1<sup>er</sup> au 22 février 2007***

***Un tour de France en 22 étapes  
pour parler de l'agriculture  
autrement***

***Pour la plupart d'entre nous, l'agriculture se résume à l'alimentation.*** En réalité, elle est beaucoup plus que cela :

- Certes, elle nourrit les hommes et les animaux, mais elle fournit aussi à l'industrie des ***matières premières naturelles renouvelables***, qui entrent dans la composition de nombreux produits pour l'habillement, la construction, l'isolation, etc.
- L'agriculture peut aussi être à l'origine de ***l'énergie*** que nous consommons pour nous chauffer ou nous déplacer.
- Par ailleurs, l'agriculture contribue à la ***mise en valeur des territoires***.

***L'agriculture prépare notre avenir***, tout particulièrement à l'heure où nous parlons de développement durable et prenons conscience de la nécessité de protéger notre environnement et nos ressources naturelles.

*« Notre but est de balayer les préjugés pour mettre fin aux malentendus qui ont creusé un fossé d'incompréhension entre le monde agricole et le reste de la société. Quand les français sauront ce qu'est vraiment leur agriculture et ce qu'elle leur apporte à tout moment de leur vie quotidienne, ils comprendront enfin les liens qui les unissent au monde rural »*

Philippe VASSEUR – Président de l'AFICAR

## Dans le Train de la Terre, l'agriculture se décline en 3 i

Elle est :

- **Indispensable**

- ✓ Aujourd'hui, les produits issus de l'agriculture sont partout. Ils le seront encore plus demain car ils sont appelés à se substituer au pétrole dans toutes ses utilisations : énergie, biocarburants, biochimie, construction, habillement, textile...

- **Innovante**

- ✓ Ces produits sont utilisés par la chimie fine, qui intègre beaucoup de matière grise : pharmacie, médecine, biochimie, bioplastique

- **Inattendue**

- ✓ On trouve des produits agricoles dans des endroits inattendus : bitume, peinture, encre, équipement automobile, dentifrice, rouge à lèvres ...

# Le Train : une nouvelle étape dans la stratégie de communication

**L'objectif de l'AFICAR est de créer un lien de proximité avec le grand public. Sa première campagne de communication se décline sur le thème « l'agriculture elle sait tout faire ». En prenant pour exemple le déroulement d'une journée-type, elle montre combien l'agriculture, et les produits qui en sont issus, sont omniprésents dans notre vie quotidienne.**

**Eté 2006** : deux opérations pour les enfants de 8 / 12 ans

Un grand jeu découverte, distribué à 200 000 exemplaires sur 75 sites (aires d'autoroute, gares, aéroports)

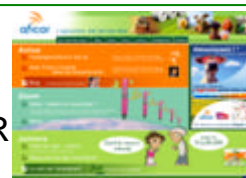


Un jeu-concours pour les centres de loisirs, qui retrace la journée d'HectorTrofor et de ZoéFuté



**A partir du 15 juillet 2006** : un site internet : [www.toutelagriculture.fr](http://www.toutelagriculture.fr)

- Pour trouver toutes les informations sous forme de fiches ou de dossiers
- Un blog de Philippe Vasseur, Président de l'AFICAR



**Février 2007** : une exposition itinérante : **Le Train de la Terre**

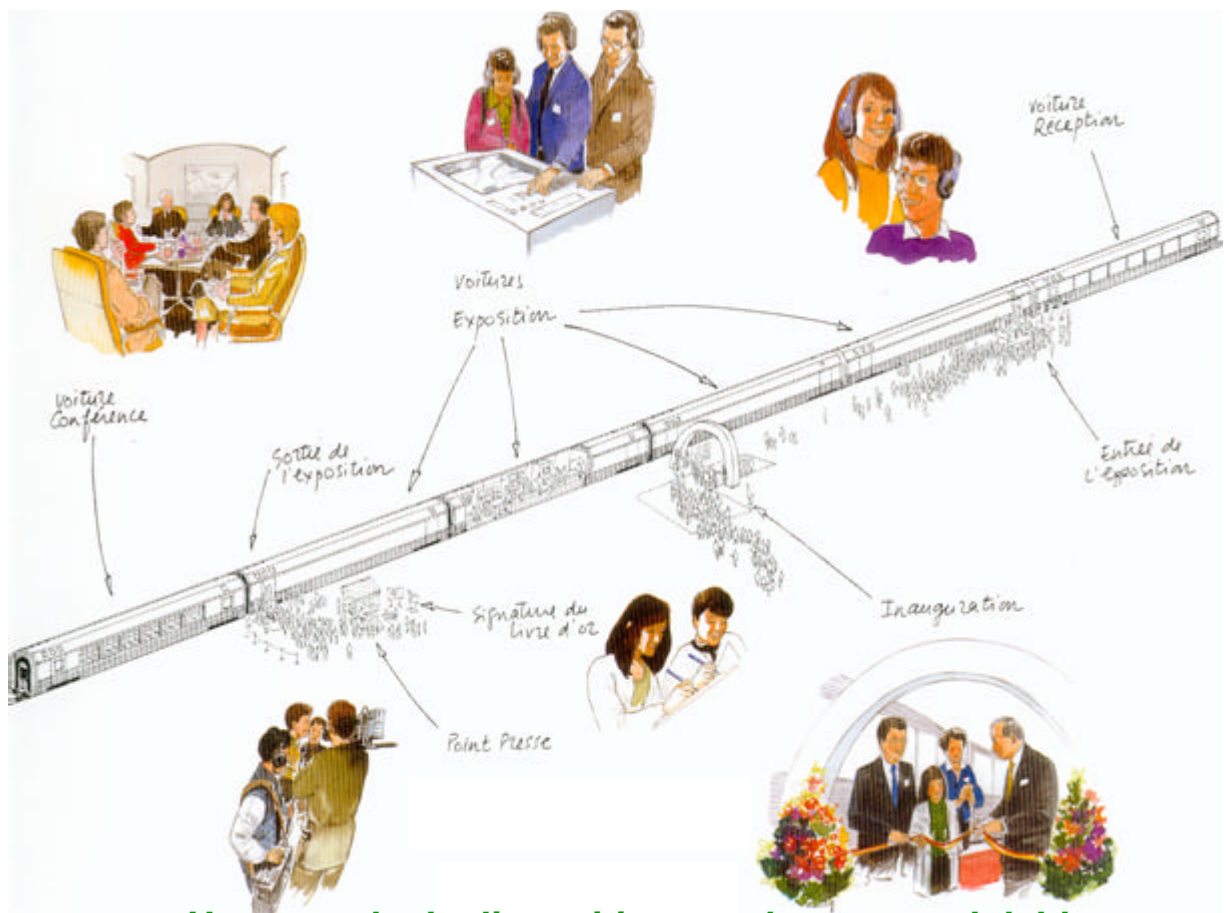
Pour aller vers le grand public, là où il se trouve :  
22 villes en 22 jours,  
du 1<sup>er</sup> au 22 février



**Mars 2007** : le Train arrive au Salon International de l'Agriculture, Porte de Versailles à Paris

# Un Train pour créer un lien direct entre l'agriculture et la société

*Visiter le Train, c'est vivre une journée en condensé, en débusquant la présence des produits d'origine agricole, à chaque instant de notre quotidien, et là où on ne les soupçonne pas.*



**Un exemple de disposition, totalement modulable**

## Le Train : une exposition itinérante pour créer l'événement

- ✓ La gare, **centre de vie**, est le lieu idéal pour aller à la rencontre directe du grand public
- ✓ Le Train permet de visiter **22 villes en 22 jours** : il se déplace la nuit, avec ses équipes, pour être opérationnel chaque matin dans une nouvelle ville
- ✓ Au sein d'un environnement institutionnel (SNCF), il crée l'**événement** chaque jour et focalise l'intérêt des **médias** régionaux et nationaux
- ✓ Au-delà de ses visiteurs directs, il **propage l'information**
  - par le bouche-à-oreille (l'indice de circulation est toujours supérieur à 4)
  - par la répercussion des reportages, toujours nombreux, qui lui sont consacrés

## Le Train-exposition permet de toucher tous types de public

### ➤ Le Grand public

- les familles, les scolaires, les associations (ouverture de l'exposition de 10h à 19h, sans interruption)

### ➤ Les VIP

- Un accueil personnalisé dans la voiture-réception et une visite privée, hors des horaires d'ouverture au public, pour les invités des partenaires et des sponsors

### ➤ Les Officiels

- Une inauguration dans chaque nouvelle gare, suivie d'une réception, pour les élus, les autorités territoriales et les médias

### ➤ Les Médias

- La presse, la radio, la télévision annoncent, le plus souvent, l'opération, en amont, et sont reçus à bord pour y effectuer des reportages (films, interviews, etc.)

# Une exposition promenade didactique et ludique

## **Scénario : le déroulement d'une journée ordinaire**

L'exposition démontrera à quel point l'environnement de l'agriculture est omniprésent tout au long d'une journée, du lever au coucher :

- mise en scène de la présence, parfois insoupçonnée, de l'agriculture dans notre quotidien (alimentation, cosmétique, sanitaire, habillement, etc.)
- présentation des nouveaux débouchés pour les produits d'origine agricole, dans les prochaines années (énergie, biochimie, pharmacie, etc.)

Quatre thèmes seront ainsi traités :

- alimentation
- textile / habillement
- chimie verte
- biomasse / biocarburants

## **Principes de l'exposition :**

- Une scénographie originale et inattendue, intégrant des schémas animés, des vidéos, des reportages, des témoignages
- Un cheminement assurant une visite guidée de l'ensemble de l'exposition

# Un parcours découverte du réveil au coucher

## ✓ **Voiture 1 : le début de matinée**

- la maison « verte » à armature bois (les isolants, les revêtements de sol)
- la salle de bains (les produits et accessoires de toilette, les cosmétiques)
- la chambre et le dressing (les vêtements, les chaussures, les accessoires)
- la cuisine (les aliments du petit déjeuner)

## ✓ **Voiture 2 : le transport**

- les biocarburants : biodiésel et éthanol
- le moteur flexfuel (qui fonctionne avec un mélange essence / éthanol)
- les revêtements de routes (bitumes)
- les accessoires (selle de vélo, garde-boue, pneus ...)

## ✓ **Voiture 3 : les activités et les loisirs**

- l'école, le bureau (les équipements, les consommables)
- le bricolage (les peintures, les pinceaux, les colles, les vernis, les papiers peints, le mastic...)
- les loisirs (ballon, cordes d'instruments de musique, éléments de jeux de société, photographie ...)
- les paysages (façonnés par l'agriculture)

Suite de la visite

# Une exposition interactive et des partenaires visibles

## ✓ **Voiture 4 : le retour à la maison**

- les courses et le marché (aliments, emballages,...)
- la décoration (meubles en bois, tapis, objets, bougies, encens, plantes ...)
- les médicaments (sirop, gélules, suppositoires, les traitements spécifiques, la recherche médicale)
- le coucher (matelas, draps, couettes, couvertures, oreillers ...)
- le chauffage (énergie issue de la biomasse)

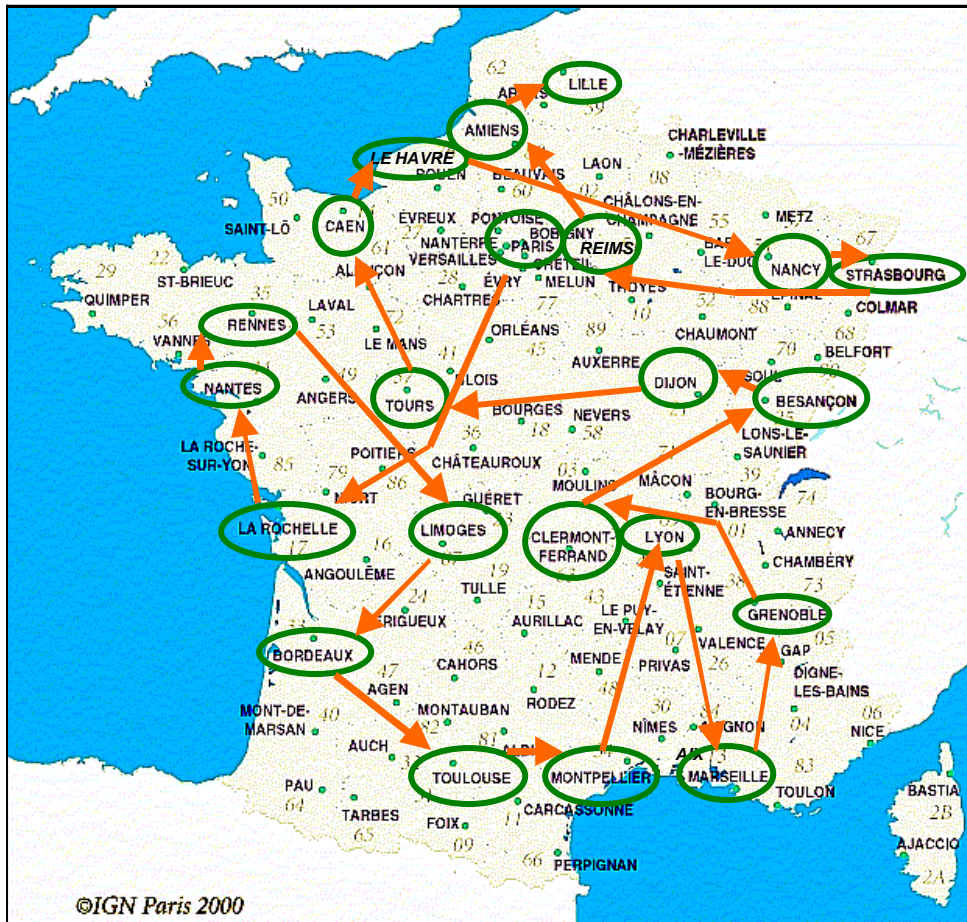
## ✓ **Voiture 5 : des projections non-stop**

- Une voiture, spécialement aménagée, permettra de diffuser, en boucle, les documents vidéo (films et reportages) des partenaires de l'opération destinés à l'information du public

### ***Des moments ludiques tout au long du parcours :***

Des « quizz » sur écrans tactiles inviteront les visiteurs à tester à plusieurs reprises leurs connaissances du monde de l'agriculture

# 22 villes du 1<sup>er</sup> au 22 février 2007



## CALENDRIER

<i>Judi 1<sup>er</sup> février :</i>	<b>PARIS</b>	<i>Lundi 12 :</i>	<b>CLERMONT- FRD</b>
<i>Vendredi 2 :</i>	<b>LA ROCHELLE</b>	<i>Mardi 13 :</i>	<b>BESANCON</b>
<i>Samedi 3 :</i>	<b>NANTES</b>	<i>Mercredi 14 :</i>	<b>DIJON</b>
<i>Dimanche 4 :</i>	<b>RENNES</b>	<i>Judi 15 :</i>	<b>TOURS</b>
<i>Lundi 5 :</i>	<b>LIMOGES</b>	<i>Vendredi 16 :</i>	<b>CAEN</b>
<i>Mardi 6 :</i>	<b>BORDEAUX</b>	<i>Samedi 17 :</i>	<b>LE HAVRE</b>
<i>Mercredi 7 :</i>	<b>TOULOUSE</b>	<i>Dimanche 18 :</i>	<b>NANCY</b>
<i>Judi 8 :</i>	<b>MONTPELLIER</b>	<i>Lundi 19 :</i>	<b>STRASBOURG</b>
<i>Vendredi 9 :</i>	<b>LYON Perrache</b>	<i>Mardi 20 :</i>	<b>REIMS</b>
<i>Samedi 10 :</i>	<b>MARSEILLE</b>	<i>Mercredi 21 :</i>	<b>AMIENS</b>
<i>Dimanche 11 :</i>	<b>GRENOBLE</b>	<i>Judi 22 :</i>	<b>LILLE</b>

# L'AFICAR : une agence pour promouvoir l'image de l'agriculture

## ❑ **L'Agence Française d'Information et de Communication Agricole et Rurale** (AFICAR)

vient d'être créée, elle a pour mission de restaurer le lien de proximité entre le monde agricole et le grand public.

## ❑ **Etablissement public à caractère industriel et commercial**

, elle est placée sous la tutelle du ministère de l'Agriculture. Elle est présidée par Philippe VASSEUR, ancien ministre de l'Agriculture et réunit des représentants de l'Etat et des organismes professionnels agricoles.

## ❑ **Ses missions sont triples :**

- Promouvoir une image positive, dynamique et innovante de l'agriculture en valorisant les métiers, les territoires et les produits qui en sont issus
- Rétablir auprès des consommateurs le lien existant entre leur alimentation et les matières premières ou les produits qui en sont à l'origine
- Assurer la cohérence et la coordination des actions de communications réalisées par chacun des acteurs des secteurs concernés : agriculture, pêche, alimentation, affaires rurales