

Communiqué de presse  
Berne, le 13 décembre 2021

## **fenaco encourage le dialogue entre la ville et la campagne avec CHF 10 Mio**

**fenaco société coopérative s'engage en faveur du dialogue entre ville et campagne. Pour ce faire, elle met CHF 10 Mio à disposition des projets favorisant l'entente entre les populations plutôt urbaines et rurales. L'accent est mis sur les thèmes de l'agriculture et de l'alimentation. Le choix des projets soutenus repose notamment sur le baromètre ville-campagne. Le sondage élaboré par l'institut de recherche Sotomo et mené pour la première fois en 2021 révèle que les deux tiers des personnes interrogées considèrent que le clivage entre la ville et la campagne est important et déterminant. La grande majorité estime qu'il faut faire davantage d'efforts pour combler le fossé dans les esprits.**

Les relations entre la ville et la campagne font l'objet d'intenses discussions. La vie trépidante dans les centres urbains et le quotidien idyllique dans les fermes constituent des contrastes stéréotypés. fenaco évolue entre ces deux pôles : elle appartient aux paysannes et paysans suisses et garantit que les produits agricoles parviennent aux consommatrices et consommateurs. La société coopérative en est convaincue : pour garantir une bonne compréhension entre la ville et la campagne, les possibilités de rencontres entre les différents milieux de vie doivent être, à l'avenir, élargies et le dialogue intensifié.

### **Engagement à long terme pour le dialogue**

De par son engagement envers la société, fenaco souhaite promouvoir le dialogue entre la ville et la campagne sur le long terme. Pour ce faire, elle met à disposition CHF 10 Mio qui devraient, idéalement, être versés à une fondation. L'agriculture et l'alimentation sont des thèmes parfaits pour jeter des ponts entre ces deux milieux de vie. « Les familles paysannes veulent connaître les besoins des consommatrices et consommateurs. Les citadins sans lien direct avec l'agriculture s'intéressent aussi à la manière dont leurs aliments sont produits et d'où ils viennent. Ce sont d'excellentes conditions pour le dialogue car, comme chacun sait, l'amour passe par l'estomac », précise Martin Keller, Président de la Direction de fenaco, pour expliquer les motivations de cet engagement. « Notre société coopérative est active tout au long de la chaîne de création de valeur – de la terre à la table. Nous connaissons les interactions existantes et les zones de tension. C'est pourquoi nous sommes convaincus que cet engagement peut nous permettre de contribuer à la cohésion entre la ville et la campagne. » Ces ressources mises à disposition vont permettre de soutenir notamment des projets qui encouragent les échanges personnels et les rencontres directes entre la population et les familles paysannes.

L'engagement de fenaco est possible grâce au très bon exercice 2020. La pandémie de coronavirus, associée à la situation particulière du commerce de détail alimentaire, a permis à la société coopérative d'enregistrer des résultats supérieurs à la moyenne.

### **Baromètre ville-campagne : un fossé important s'est creusé en Suisse**

Au vu des résultats des votations de ces deux dernières années, le fossé entre la ville et la campagne s'est considérablement creusé et fait l'objet de controverses. Pour mieux comprendre les tensions entre la ville et la campagne et créer ainsi une base solide pour les projets de la fondation, fenaco a chargé l'institut de recherche Sotomo d'élaborer un baromètre ville-campagne représentatif. Les deux tiers des plus de 3000 personnes interrogées considèrent que le clivage entre la ville et la campagne est important et déterminant. Cela dit, seul un quart d'entre elles estiment qu'il met véritablement la Suisse à l'épreuve. Michael Hermann, Propriétaire de Sotomo et chargé de cours à l'Université de Zurich, résume : « Les résultats ne révèlent aucun fossé infranchissable entre la ville et la campagne, mais une zone de tensions entre grandes villes et zones rurales. Dans sa majorité, la population suisse voit sa commune de résidence comme un mélange de ville et de campagne. « L'entre-deux » dans les agglomérations et les petites villes constitue la norme suisse ».

Le baromètre ville-campagne fournit des résultats surprenants et révèle un certain potentiel d'action : de nombreuses personnes vivant à la campagne estiment que leurs préoccupations ne sont pas suffisamment entendues. Elles associent aux citadines et citadins des caractéristiques principalement négatives, telles que consommation avide, superficialité et égoïsme. En revanche, les citadines et citadins portent un jugement nettement plus positif sur la population rurale. Si, dans les votations nationales, les grandes villes sont souvent mises en minorité, elles sont toutefois perçues comme dominantes dans d'autres domaines. La vie dans les grandes villes reste néanmoins peu populaire. Moins d'un tiers des personnes interrogées seraient disposées à y vivre. Le désir de vivre à la campagne et de disposer de son propre jardin, lui, est important et s'est encore renforcé avec la pandémie de coronavirus. Néanmoins, l'idée très répandue de l'anonymat des villes et d'une campagne axée sur la communauté ne correspond pas à la réalité : les personnes vivant à la campagne sont certes un peu plus nombreuses à rendre service à leurs voisins ou à s'engager politiquement dans leur commune. Mais les habitants des grandes villes sont nettement plus nombreux que ceux des zones rurales à déclarer qu'ils disposent d'un réseau social solide dans leur commune.

Bien que la plupart des personnes interrogées se déplacent entre la ville et la campagne, le lieu de résidence définit néanmoins fortement les interactions avec les autres et impose des limites aux échanges et à la compréhension mutuelle. C'est pourquoi la grande majorité estime qu'il faut faire davantage d'efforts pour combler le fossé dans les esprits. Les sorties scolaires obligatoires à la ferme, les journées annuelles de rencontre ville-campagne ou les semaines scolaires en ville en complément des semaines vertes à la campagne, déjà très répandues, sont par exemple fortement encouragées.

Le baromètre ville-campagne complet est disponible sur : [www.fenaco.com/barometre-ville-campagne](http://www.fenaco.com/barometre-ville-campagne)

## **Contact médias**

fenaco société coopérative

Service de presse

media@fenaco.com

+41 58 434 00 35

## **A propos de fenaco société coopérative**

fenaco est une société coopérative agricole qui repose sur une idée de 150 ans. Elle est en mains de 174 LANDI et de leurs quelque 43 000 membres, dont plus de 23 000 sont des paysannes et paysans suisses actifs. En tant que fournisseur, fenaco propose un large éventail de produits, services et technologies pour l'ensemble des méthodes de production, afin de garantir une agriculture durable, efficace et orientée vers le marché. En tant que partenaire de commercialisation, fenaco veille à ce que les denrées alimentaires suisses de haute qualité (fruits, légumes, pommes de terre, céréales, œufs, viande et boissons) parviennent jusqu'aux clientes et clients. Les marques de fenaco les plus connues sont UFA (aliments fourragers), LANDOR (engrais), RAMSEIER Suisse (boissons), Provins (cave vinicole), Ernst Sutter (produits carnés), Volg et LANDI (commerce de détail) et AGROLA (énergie). fenaco société coopérative, dont le siège est à Berne, emploie quelque 11 000 collaboratrices et collaborateurs et a enregistré un produit net de CHF 7 Mrd en 2020.

[www.fenaco.com](http://www.fenaco.com)