

# Check-list Visites De Terrain

## “Plaidoyer”



**À propos :** Cette liste de contrôle (“check-list”), produite par le groupe de travail SILC5-policy, guide les équipes de Biovision dans l'organisation de visites de terrain à vocation « plaidoyer », dans le but de convaincre différents publics du potentiel de l'agroécologie et de valoriser des exemples inspirants se situant tout au long de la chaîne de valeur. Elle fournit des conseils pratiques autour de 6 grandes questions : Pourquoi – Qui – Quoi – Comment – Où – Quand.

### 1. POURQUOI – Objectifs et Finalité

#### Objectifs possibles d'une visite de terrain à vocation plaidoyer

- Créer un espace pour des **échanges informels** en dehors des cadres politiques formels.
- Permettre des **échanges alternatifs** et ouverts qui favorisent la réflexion et le changement de mentalité.
- Sensibiliser le public à ce qu'est l'agroécologie (AE) et **démontrer** qu'elle est **viable, bénéfique** et reproductible à **grande échelle**.
- Combiner objectifs et orientation du public : **susciter l'intérêt, approfondir la compréhension et renforcer la confiance**.

#### Impact visé

- Développer la **volonté individuelle**, l'**apprentissage entre pairs** et un **sentiment de communauté**.
- Favoriser un **lien émotionnel** avec l'AE et la **reconnaissance de sa complexité**.
- **Rendre l'AE tangible** et convaincante sur le plan environnemental, social et sanitaire.
- Mettre en lumière des exemples concrets de **mise à l'échelle et de déploiement de l'agroécologie**.
- Provoquer un **changement de compréhension et de perception**.

#### À faire et à éviter

- **À faire :** Veiller à une **adéquation claire** entre les **objectifs** et le **public** cible.
- **À éviter :** **Surcharger** la visite avec trop d'objectifs parallèles.

### 2. QUI – Parties Prenantes et Équipe

#### Points Généraux

- Travailler avec des **groupes restreints** pour favoriser une interaction efficace.
- Tenir compte des **différents types de publics** et de leurs spécificités :
  - **Décideurs aux profil et postes plus “techniques”** – nécessitent un engagement approfondi et un contenu technique.
  - **Bailleurs de fonds et acteurs du financement** – mettre l'accent sur les engagements et les impacts.
  - **Décideurs de haut niveau** – préfèrent des formats courts, axés sur la visibilité.
  - **Journalistes** – privilégier les récits et l'impact.
  - **Citoyens** – nécessitent un contenu plus simple et plus accessible.
  - **Acteurs issus de la société civile** – assurer une compréhension partagée et une redevabilité.
- Reconnaître que les organisateurs ne sont pas les experts du terrain – **impliquer les acteurs locaux** ou les agriculteurs pour expliquer le contexte.

## Points Particuliers

- Prendre des décisions stratégiques sur les **personnes à inviter en fonction de l'objectif politique** de la visite (p.ex. : pour renforcer vos messages de plaidoyer).
- Anticiper les possibilités de collaboration et de mise en réseau entre participants spécifiques, et **orchestrer des interactions stratégiques lors de la visite** (p.ex. : représentant d'une entité de financement avec le point focal agroécologie au Ministère de l'Agriculture).
- Anticiper la dynamique de groupe et **inviter des personnes** pouvant **compléter** et **renforcer les arguments clés** lors de la visite.
- Clarifier **qui accompagner des organisations partenaires** et quels rôles elles doivent jouer pour influencer les résultats.
- **Sélectionner soigneusement les partenaires** pour la co-organisation et les échanges informels.

## À faire et à éviter

- À faire : S'assurer qu'il y a une **animation** et une **modération** de groupe lors de la visite (vous et/ou un partenaire).
- À faire : **Préparer le public** en amont de la visite, notamment lors de la visite de structures militantes ou à vocation sociale. Gérer les attentes et éviter les tensions entre groupes.

## 3. QUOI – Périmètre et Contenu

### Préparation

- Identifier les **défis** auxquels font face les initiatives d'AE et les utiliser comme points d'**ancrage pédagogiques**.
- Fournir une **introduction structurée** : en quoi le site visité s'inscrit dans la **chaîne de valeur de l'AE** et se connecte aux **politiques en cours**.
- **Relier le contenu à une politique concrète** en cours d'élaboration ou ciblée pour révision, en tenant compte du stade actuel dans le cycle d'élaboration des politiques.
- S'assurer que le contenu répond directement au **niveau et aux intérêts du public**.

### Choix du Contenu de la Visite

- **Structurer le programme** clairement avec un fil thématique cohérent du début à la fin.
- Inclure des **activités interactives et réflexives** invitant les participants à mettre en lien ce qu'ils observent avec leurs propres contextes.
- Utiliser des **sessions en mini-ateliers** et des **techniques d'apprentissage actif** pour permettre aux participants de repartir avec des acquis sans préparation préalable.
- Tenir compte des **préférences du public** (technique, politique, axé sur la communication).
- Décider si **l'AE doit être présentée comme complexe ou simple** – le cadrage influence la perception.
- Mettre en valeur les aspects des entreprises d'AE qui véhiculent **modernité et innovation**.

## À faire et à éviter

- À faire : **Informers les participants** sur le **contexte**, les **sensibilités** et les **règles** de comportement.
- À faire : **Vérifier les sensibilités** des sites et se préparer aux discussions difficiles ou politiquement chargées.
- À éviter : Laisser des **partenaires** véhiculer des messages trompeurs ou trop simplifiés ; **les préparer** soigneusement en amont.







## 4. COMMENT — Approche et Méthodologie

### Points Généraux

- Miser sur l'**authenticité** — les agriculteurs et acteurs locaux doivent expliquer eux-mêmes leurs projets.
- Placer les **acteurs du système alimentaire** agroécologique (agriculteurs, PME) au centre et s'assurer qu'ils peuvent s'exprimer dans la langue dans laquelle ils se sentent à l'aise.
- **Relier des domaines d'expertise variés** (politique, pratique, recherche) lors de l'animation.
- **Assurer une compréhension partagée** de l'agroécologie parmi les participants (p.ex. : fiche d'information, court exercice “brise-glace”).
- L'animation doit être **participative**, en évitant les présentations à sens unique. Offrir aux parties prenantes une expérience pratique avec des exemples pédagogiques mémorables et influençant les pratiques futures. Exposer et discuter des défis réels avec les agriculteurs et les praticiens.
- Montrer concrètement **comment l'AE peut être mise en œuvre et reproduite**. Décomposer la complexité de l'AE et clarifier quelles parties du système alimentaire sont mises en avant lors de la visite.
- **Construire des récits** et pratiquer la narration (“storytelling”) autour de l'AE pour les journalistes et les décideurs de haut niveau.

### Points Particuliers

- Être attentif aux **éventuelles tensions** entre agriculteurs et politiciens.
- S'assurer que les **expériences propres des participants** sont mises en avant et valorisées.
- Appliquer des **techniques d'animation** telles que des “brise-glaces” visuels, l'engagement sensoriel (goût, toucher, odorat) et des ancrs émotionnelles.
- Favoriser un **sentiment de communauté** et **encourager la réflexion** — avec les participants identifiant eux-mêmes leurs prochaines étapes concrètes.
- Lorsque la visite se concentre sur un type d'acteur de la chaîne de valeur, **diversifier les sites visités** pour montrer une gamme variée de réalités et d'apprentissages, y compris des exemples illustrant les défis rencontrés.

### À faire et à éviter

- À faire : Ménager du temps pour des **discussions informelles**, des pauses et une stimulation sensorielle.
- **À éviter** : **Surcharger** le programme et le garder simple ; la fatigue réduit l'impact.

## 5. OÙ — Lieu et Contexte

### Préparation

- **Prendre en compte l'ensemble de la chaîne de valeur alimentaire** lors du choix des lieux à visiter (fermes, entreprises de transformation, cuisines ou sites de restauration collective, commerces, hubs, stockage, logistique). L'objectif est **d'inclure des exemples diversifiés** ou de démontrer l'étendue de l'AE, et d'éviter l'impression de cas isolés.
- Reconnaître et anticiper les **défis logistiques** (circulation vers/depuis le lieu ; espace disponible pour la taille du groupe ; besoin d'interprétation et d'équipement technique ; conditions climatiques).

### À faire et à éviter

- À faire : Tenir compte de la **distance** par rapport aux villes et du **temps de trajet** ; s'adapter aux **contraintes des participants**.
- À éviter : Planifier des visites dans des régions éloignées ou inaccessibles sans raison valable.

## 6. QUAND – Calendrier et Séquençage

### Préparation

- Faire un choix stratégique de la date de visite **en adéquation avec le contexte politique** (p.ex. : avant les négociations budgétaires ; après les élections).
- Planifier la visite en tenant compte des **calendriers annuels** et des **disponibilités des parties prenantes**.
- **Anticiper le temps nécessaire** pour : (1) l'identification des sites ; (2) la mobilisation des participants ; (3) les dispositions de transport.
- Prévoir suffisamment de temps pour les **discussions**, le **débrief** et les **prochaines étapes**.

### Exécution

- Respecter les **limites de durée** adaptées à chaque public (p.ex. : plus courte pour les décideurs de haut niveau).
- Prévoir suffisamment de **temps pour la réflexion** et le **débrief** après la visite.
- Utiliser le temps de bus ou de trajet pour des **discussions guidées** et des débriefings.
- Intégrer la visite dans un processus de plaidoyer plus long – **assurer une continuité après la visite**.

### À faire et à éviter

- À faire : **Respecter les contraintes calendaires** des participants et des acteurs visités.
- **À éviter** : Planifier pendant les **périodes politiques ou agricoles chargées**.





## 7. AVEC QUOI – Ressources et Outils

- Identifier et sécuriser tôt le **budget**, les **déplacements** et les **dispositions logistiques**.
- Assurer la **transparence financière** avec vos partenaires – qui prend en charge les transports, l'hébergement, les repas, etc.
- Lors de la planification, clarifier si et comment **rémunérer les sites d'accueil**.
- **Préparer les documents et outils nécessaires** : notes de briefing, documents de contexte, formulaires de consentement, questionnaires, listes de participants (ex. : [fiche d'information sur les principes de l'AE \(EN\)](#)).
- Mobiliser un **soutien technique et communicationnel** (interprétation, photographe/vidéaste, modération).

### À faire et à éviter

- À faire : **Préparer les publics** en amont avec des documents de lecture.
- À faire : S'assurer que les **facilitateurs et modérateurs** participent aux préparatifs.
- À éviter : Sous-estimer ou ignorer les détails financiers et logistiques – ils affectent la crédibilité et la participation.

