

TERRE Pour la première fois en sept ans, deux hommes et une femme des cantons de Vaud et de Neuchâtel posent dans l'édition 2024. Depuis toujours, ce produit marketing divise, entre valorisation du métier et clichés sexistes.

Création décriée, le calendrier paysan affiche de nouveau des Romands

«**C**omme je fais de la muscu et que je prends soin de moi, plein d'amis me disaient de participer. Cette année, j'ai décidé de les écouter.» Étienne Bouchat est l'un des trois Romands à apparaître dans le calendrier paysan 2024. À la page du mois d'avril, cet agriculteur de 31 ans pose fièrement torse nu, avec deux destriers. Un accomplissement pour cet habitant d'Échallens (VD) spécialisé dans l'élevage de chevaux de sport. «C'était soit ça, soit sur un John Deere, car je suis fan de tracteurs, lance-t-il d'emblée. J'avais envie de montrer que l'agriculture peut être ouverte et moderne. Et surtout, je ne suis pas très pudique.»

Après une présélection et un casting parmi une centaine de candidats, la séance photo avec maquilleuse, coiffeuse et styliste a eu lieu au printemps dans une ferme du canton d'Obwald. «En quinze minutes, c'était réalisé. Depuis, j'ai eu beaucoup de compliments de la part de mes clients», confie celui qui est également paysagiste.

Au Landeron (NE), Dylan Quiquerez est tout aussi enjoué. Cinquième génération à travailler au domaine de Bel Air, il apparaît conquérant, coiffé d'un chapeau de cowboy, muscles saillants et mailet à la main. «Ma motivation était d'abord personnelle. Je voulais voir si j'étais à la hauteur. De plus, c'était une occasion de casser les préjugés et de montrer que les agriculteurs ne ressemblent pas forcément à des bouseux», image le jeune homme de 24 ans, par ailleurs photographe indépendant. Aujourd'hui, son portrait rend fière sa famille. «Ma mère l'a affiché dans la cuisine. Et puis, ça fait marquer mes potes. J'apprécie que les hommes soient mis en avant. La sensualité n'est pas réservée qu'aux femmes.»

«Désinvisibiliser» la profession

Créé en 2005 dans sa version féminine, le calendrier s'est ouvert à la gent masculine en 2009. Mais depuis sept ans, aucun Romand ni aucune Romande n'avaient postulé. Pour la société schwytoise Calendaria, qui édite le projet depuis quatre ans, ce regain d'intérêt est une bonne nouvelle. «J'espère que cela accroîtra sa notoriété dans la région», déclare Daniela Mayer, directrice du projet. Afin de participer, il suffit d'avoir un lien avec le monde agricole, sans forcément être paysan, et dégager un certain charisme. «Si les chiffres des ventes ne sont plus communiqués depuis le



Étienne Bouchat d'Échallens (VD), Dylan Quiquerez du Landeron (NE) et Noémie Jordan de Vaulion (VD) ont tous trois été sélectionnés comme modèles pour une centaine de candidatures.



© PHOTOS BAUERKALENDER

achat, le calendrier des femmes était imprimé à 13 000 exemplaires en 2011, contre 7000 pour celui des hommes, et les tirages n'ont fait qu'augmenter les années suivantes, informe Mike Helmy, ex-producteur au sein du média *Blick* et aujourd'hui architecte d'intérieur, qui était à l'origine du projet. «À l'époque, les paysans et paysannes étaient soit «invisibilisés», soit considérés comme négligés et peu attractifs. Le calendrier a participé à un changement de mentalités et a permis d'accroître l'intérêt pour la profession. C'était un succès à la fois commercial et agricole», se

félicite celui qui a ensuite créé une autre version consacrée aux lutteurs suisses.

«On parle dans mon dos»

Mais tous les avis ne sont pas aussi positifs. Depuis son lancement, ce produit marketing fait débat, accusé de véhiculer les codes d'une agriculture idéalisée, loin des réalités du métier. On lui a notamment reproché de ne pas montrer assez de «vrais» professionnels de la terre – en 2014, des mannequins européens avaient été engagés –, tout en sexualisant le corps des femmes. À tel point que l'Union suisse des paysans a toujours refusé de s'associer à cette initiative (*lire l'encadré ci-dessus*). À plusieurs reprises, des agricultrices ont rapporté dans la presse les remarques négatives de leur entourage à la suite de la parution de leur portrait, qu'elles jugent souvent, avec du recul, un peu «trop osé».

Une problématique toujours d'actualité, comme en témoigne, amère, Noémie Jordan. Cette artisanne vaudoise de 25 ans, qui vit dans une ancienne ferme à Vaulion, apparaît entièrement nue dans l'édition 2024, allongée sur du foin dans une étable. «Je me suis dit que cela ferait un souvenir de jeunesse, une expérience qu'on tente une fois dans sa vie. L'équipe était super, mais je pense que le

À BUT LUCRATIF

En Suisse comme ailleurs, une partie des bénéfices de la vente de ces productions est souvent reversée à une association. À titre d'exemple, le calendrier français Belles des Prés permet à des agricultrices de financer divers projets écoresponsables. Si ce n'est pas le cas du calendrier paysan, son fondateur Mike Helmy avait approché l'Union suisse des paysans (USP) en ce sens au début de l'opération, sans succès. Aujourd'hui, l'organisation n'est toujours pas intéressée. «À l'époque, ce produit était considéré comme sexiste par la plupart des gens. Nous ne voulions pas mettre en péril notre crédibilité. Aujourd'hui, il ne reflète toujours pas l'agriculture que nous voulons mettre en avant dans notre marketing», déclare Sandra Helfenstein, porte-parole de l'USP.

disproportionnées» auxquelles elle a été confrontée ces derniers mois. «On parle dans mon dos, on dit que je suis une fille facile, autant les femmes que les hommes, et surtout les jeunes. Ça n'aurait pas été la même chose pour un garçon. Mais j'assume.

QUESTIONS À...

Isabelle Zinn, sociologue du travail et du genre à l'Université de Lausanne et à la Haute école spécialisée bernoise



Comment expliquer ce fantasme autour du monde agricole?

En raison de sa proximité avec la nature, le métier de paysan évoque un certain retour à un paradis perdu, un état parfait inatteignable, donc enviable. Ce rapport est probablement plus présent en Suisse qu'ailleurs, où la paysannerie est encore très ancrée dans l'imaginaire collectif.

Peut-on parler d'une romantisation du secteur?

Assurément. Les conditions de travail difficiles, la mécanisation et les défis climatiques liés la branche sont occultés au profit d'une image sexy et lisse. Ce biais vise à donner une vision positive de ce métier – qui fait face à un problème de relève. D'ailleurs, la plupart des modèles sont de jeunes personnes. Loin de représenter la moyenne d'âge du milieu.

Y a-t-il des différences entre les mises en scène des corps masculins et féminins?

Ils ne sont pas érotisés de la même manière. Les hommes sont souvent représentés comme forts, actifs, en train de travailler, tandis que les femmes sont photographiées dans des poses passives, tournées vers la séduction. Cela renvoie à des stéréotypes de genre anciens mais toujours d'actualité, malgré l'image moderne recherchée par ce type de production.

rendu aurait été tout aussi joli avec un peu plus de vêtements et moins de maquillage...» estime celle qui est également modèle photo depuis plusieurs années. Au-delà de la mise en scène, elle pointe les réactions «sexistes, irrespectueuses et

Malheureusement, les femmes libres sont vite cataloguées...» Des clichés à la vie dure qui refont surface chaque année lors de la sortie du calendrier, depuis presque vingt ans.

LILA ERARD ■