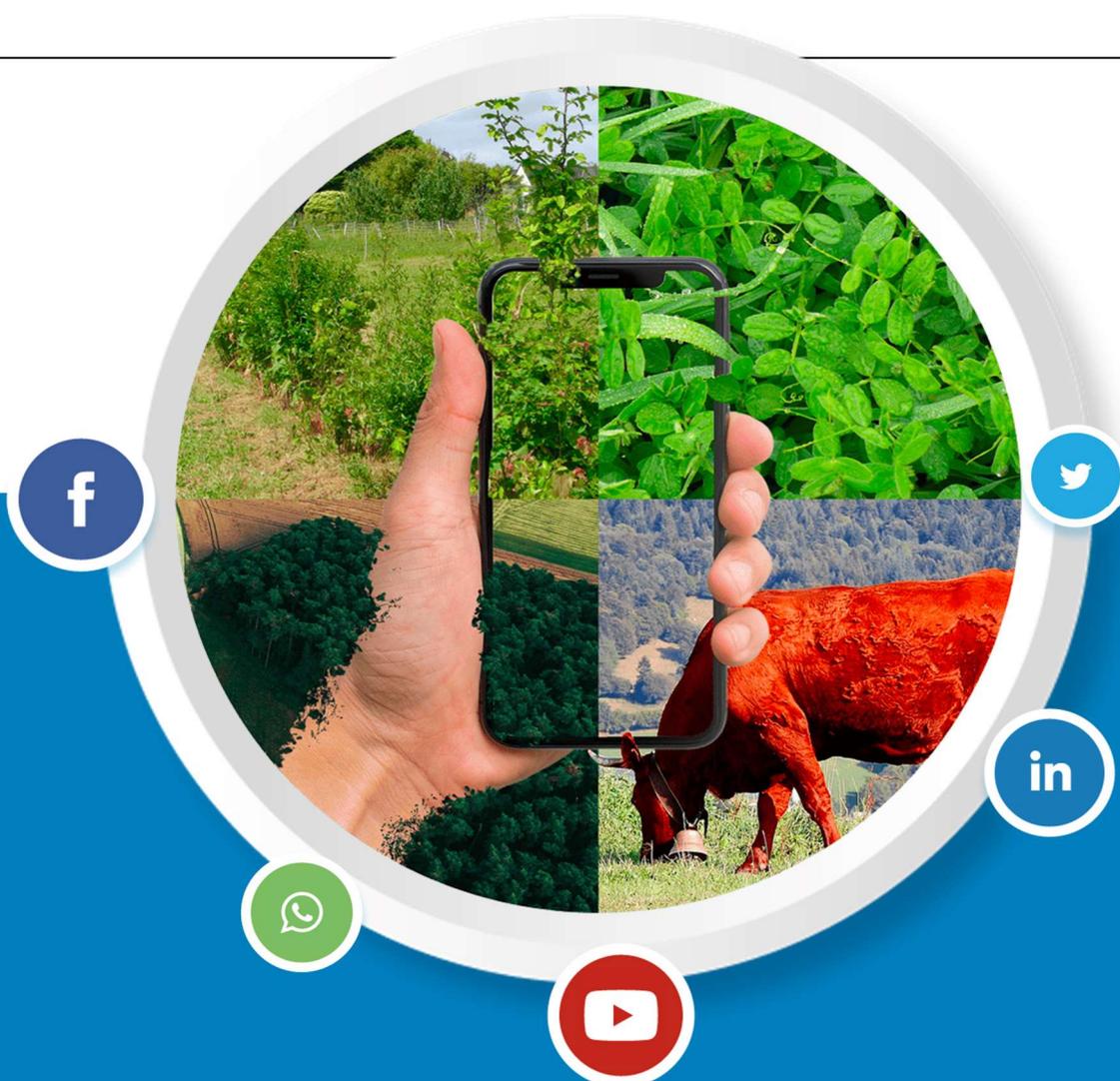


SYNTHESE ATELIERS CONCEPTEURS AGOR@GRI

**Concevoir et maintenir un service autour d'un media social
pour accompagner la transition agro-écologique**

*Compte-rendu d'ateliers
pour et avec des porteurs d'offre de service :
méthodes de travail, outils d'analyse et d'évaluation,
retours d'expérience & pistes de réflexion*



A PROPOS DE CE DOCUMENT

RESUME

Ce rapport présente les travaux conduits dans le projet Agor@gri pour et avec des porteurs d'offres de service autour d'un média social pour accompagner la transition agroécologique, ainsi que les résultats obtenus (outils, retours d'expérience et enseignements).

Une **grille d'auto-évaluation** d'une telle offre de service a été proposée pour aider le porteur d'offres dans les phases de conception de l'offre (analyse des besoins, de la faisabilité), ainsi que dans les phases de développement, de lancement et de déploiement du service.

Des ateliers avec des concepteurs et porteurs d'offres de service ont été organisés. Des fiches synthétiques décrivent ces offres de services au travers d'un tableau en **13 points clés**, et deux représentations systémiques, le **récit temporel** de la construction de l'offre (proposition de valeurs, modèle fonctionnel, modèle économique et modèle de gouvernance) d'une part, et le **système d'activité** soutenant la transition agro-écologique, en lien avec le média social et la communauté associés d'autre part.

Les échanges entre ces porteurs d'offres de service ont permis de partager des **retours d'expérience** autour des sujets suivants : **choix organisationnels, processus d'écoute des besoins et de leur prise en comptes dans la conception du service, l'animation du service et les sources des contenus échangés, et le suivi des impacts.**

Ces échanges ont permis de dégager des **pistes de réflexion** :

- la **différence entre réseau et média social**,
- des **éléments pour le montage et la conduite** d'un tel projet concernant la gouvernance de l'offre de service, les ressources nécessaires (financement et compétences), le positionnement de l'offre, les besoins spécifiques liés à la transition agroécologique ;
- les **atouts** des réseaux et médias sociaux et des services associés **pour accompagner la transition agroécologique** en termes d'horizontalité entre agriculteurs et conseillers, d'accompagnement au changement de pratiques et de partage de connaissances.

NOTICE - METADONNEES CONCERNANT CE DOCUMENT

Titre	Concevoir et maintenir un service autour d'un média social pour accompagner de la transition agro-écologique. Ateliers pour et avec des porteurs d'offre de service : méthodes de travail et outils d'analyse et d'évaluation, retours d'expérience & pistes de réflexion
Type de document	Compte-rendu
Date	Décembre 2022
Auteurs	Mathieu G., Sarzeaud P. (IDELE), Fourrié L. (Grab)
Contributeurs	Gross H. (ACTA), Cerf M. (INRAE)
Relecteurs	Vallas M. (Pole Bio Massif Central)
Financeurs	Compte d'affectation spécial Développement agricole et rural
Droit d'usage	 <p>Licence publique Creative Commons Attribution - Partage dans les mêmes conditions 4.0 International Cette licence permet à d'autres personnes de remixer, d'adapter et de s'appuyer sur ce travail, même à des fins commerciales, à condition qu'elles créditent les auteurs de ce document et qu'elles accordent une licence identique à leurs nouvelles créations. Toutes les nouvelles œuvres basées sur ce document porteront la même licence, de sorte que tous les dérivés permettront également une utilisation commerciale.</p>
Diffusion	https://agoragri.acta.asso.fr/

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS ET DISCLAIMER	5
INTRODUCTION	6
MATERIEL ET METHODES	7
SYNTHESE DES QUESTIONNEMENTS POUR LES PORTEURS D'UNE OFFRE DE SERVICE (NUMERIQUE).....	7
<i>Conception d'une grille d'évaluation de création de projet</i>	7
ANALYSE D'OFFRES DE SERVICES	8
<i>Les enquêtes concepteurs</i>	8
<i>Le récit temporel</i>	10
LE TRIANGLE D'ACTIVITE.....	11
APPROFONDISSEMENT SPECIFIQUE PAR ANALYSE COLLECTIVE	14
RESULTATS	17
UNE GRILLE D'ANALYSE D'UN PROJET INFORMATIQUE ET DE L'OFFRE PROPOSEE	17
ETUDE DE CAS : ANALYSE DE 8 PROJETS DE MS POUR LA TAE	18
PARTAGE D'EXPERIENCE ENTRE CONCEPTEURS	20
<i>Les choix organisationnels de la structure porteuse</i>	20
<i>Analyse des compétences nécessaires</i>	22
<i>Représentation du processus d'écoute des besoins, de leur appropriation à la conception de l'offre</i> ...	25
<i>Animation et sources des contenus</i>	31
<i>Suivi des impacts</i>	32

PISTES DE REFLEXION POUR APPROFONDIR	33
RESEAU SOCIAL VERSUS MEDIA SOCIAL ?	33
MONTAGE ET LA CONDUITE D'UN PROJET DE MEDIA SOCIAL POUR LA TRANSITION AGROECOLOGIQUE	33
<i>Gouvernance de l'offre de service</i>	33
<i>Ressources nécessaires</i>	34
<i>Positionnement</i>	34
<i>Des besoins spécifiques liés à la transition agroécologique</i>	34
ATOUTS DES MEDIAS SOCIAUX ET SERVICES ASSOCIES POUR ACCOMPAGNER LA TRANSITION AGROECOLOGIQUE	36
<i>Des outils favorisant l'horizontalité entre agriculteurs et conseillers.</i>	36
<i>Des outils pour accompagner les changements de pratiques des agriculteurs ?</i>	36
<i>Des outils pour partager l'information</i>	36

RESSOURCES MOBILISABLES POUR CONCEVOIR ET DEVELOPPER SON OFFRE DE SERVICE

Grille d'analyse réflexive de son offre de service/media social

Grille complète
Présentation



figures 1 et 6

Présentation d'une offre de service en 13 points clés :

Présentation de 6 offres de service étudiés
Tableau résumé



tableau 2

Illustration sur des cas d'études

Fiches Amiculteurs, NEAYI, GECO



Récit temporel

Trame et explications

Figure 3 et encadré 1

Illustrations sur des cas d'études

Fiches Amiculteurs, NEAYI, GECO



Représentation du système d'activité

Trame et explications

Figure 4 et encadré 2

Illustrations sur des cas d'études

Fiches Amiculteurs, NEAYI, GECO



Représentation du processus d'écoute des besoins dans la conception de l'offre

Exemple d'accompagnement créatif (OK Eleveur)

Figures 9 à 13

Encadré 4

Compétences nécessaires

Figures 7 et 8 + Encadré 3

REMERCIEMENTS ET DISCLAIMER

Ce document est issu de travaux conduits dans le cadre du projet Agor@gri, soutenu financièrement par Compte d'Affectation Spécial Développement Agricole et Rural.



Ces travaux s'inscrivent dans l'action 3 (tâche 3.2) dédiée à l'accompagnement de concepteurs d'offre de service basée sur un média social pour la transition agroécologique.

Ces travaux ont été largement nourries par les retours d'expérience de 8 porteurs d'offre de service qui ont accepté de partager avec sincérité et transparence leurs acquis et difficultés.

Merci à Amiculteurs, Brebis Link, GECO, Ok Eleveur, Triple performance-NEAYI, Pôle Bio Massif Central et PEPS et Landfiles.

Les éléments de ce rapport reflètent les réflexions de ces porteurs d'offre entre 2020 et 2021. La situation concernant chacune de ces initiatives peut avoir évolué depuis.

Merci aux participants des différents ateliers : les concepteurs cités ci-dessus, l'ACTA, la Chambre d'agriculture de Dordogne, la Chambre d'agriculture de Normandie, l'Idele, l'INRAE, l'ITAB et ITK.

INTRODUCTION

Ce document restitue les réflexions conduites dans la tâche 3.2 du projet Agor@gri. A l'origine, cette tâche était conçue pour proposer un cahier des charges destiné à aider des personnes souhaitant mener un projet de conception de services organisés autour de l'usage de médias sociaux pour soutenir les acteurs du monde agricole dans leur transition agroécologique. Par projet de conception, nous entendons alors l'ensemble des activités menées depuis l'analyse des besoins jusqu'au développement d'un service permettant de répondre à un besoin identifié et pour lequel le modèle économique comme les modes d'usage auraient été explorés dans le projet.

Le travail conduit au sein de cette tâche s'est réalisé autour de huit porteurs d'offre de services, qui ont été identifiés à l'issue de la première année de travail au sein d'Agor@gri. Il s'agissait de capitaliser sur le développement de chacun de ces projets en passant de l'idée ou du prototype à un service qui rencontre un usage et qui repose sur un modèle économique viable pour la structure porteuse. Ce travail s'est fait par une animation collective des porteurs d'offres de service sous forme d'ateliers pour recenser leur façon de faire dans les différentes phases de la construction d'une offre numérique et dédiée à la transition agroécologique à savoir :

L'objectif de ce travail est d'accompagner de futurs concepteurs qui souhaitent développer une offre de services structurée autour d'un média social et destinée à accompagner les acteurs du monde agricole dans leur transition vers l'agroécologie. Ce rapport présente les différents travaux conduits (méthode de travail) et les résultats obtenus, notamment à travers quelques exemples de conception de média sociaux selon cette perspective. Il apporte des outils et des conseils aux futurs concepteurs d'une telle offre de service.

MATERIEL ET METHODES

SYNTHESE DES QUESTIONNEMENTS POUR LES PORTEURS D'UNE OFFRE DE SERVICE (NUMERIQUE)

Conception d'une grille d'évaluation de création de projet

À partir de recherches bibliographiques (Grille d'analyse pour un retour d'expérience (REX) <https://moodle.uphf.fr>), une grille d'évaluation a été construite. Celle-ci permet de décrire les questions à se poser en tant que porteurs de projet d'une offre de service. Cette grille se présente sous un format excel avec différentes phases :

- la phase d'évaluation de la demande et des besoins ;
- la phase d'analyse de la faisabilité du projet de conception et des conditions de conduite du projet : validation des opportunités, élaboration et validation du projet. Un focus est fait sur l'adaptation des supports au métier des producteurs et à leur prise de décision (type d'informations engagées, pérennité des indicateurs, type de support et réactivité...) ;
- la phase de développement: réalisation de l'offre, pilote/test en conditions réelles et retour d'expérience pour finaliser l'offre ;
- la phase de lancement et d'animation : organisation et animation des services, place donnée à la modération, place donnée aux experts dans les échanges...
- la phase de déploiement : enjeux de maintenance des applications et gestion des modèles économiques.

Ce fichier décline les points clés pour décrire le contexte dans lequel s'inscrit le service, le service lui-même et la façon dont il a été développé. Il s'agit d'une grille d'aide pour vérifier que l'ensemble des éléments factuels ont été recensés. Cette grille est un support à un processus de réflexion pour tirer les enseignements positifs et négatifs de projets en cours ou terminés. Dans ce processus, elle permet de porter un regard sur la démarche développée, les méthodes employées, les productions réalisées, le rôle et le niveau d'implication des acteurs concernés, ainsi que sur les moyens utilisés.

De quelle(s) façon(s) vous vous y êtes pris pour conduire le projet				
Critères à évaluer	Indicateurs / Eléments observables	Les questions à se poser	Précisez la méthodologie de réalisation de cet indicateur. Comment? Quelle méthode employée?	Capitalisation
C r é a t i o n	Commande suffisamment claire du commanditaire au regard de la problématique de départ.	Quelle est la problématique qui justifie la demande du commanditaire ? Est-ce que les objectifs visés par le commanditaire sont clairs ?		
	Identification des objectifs			
	Identification des cibles ou bénéficiaires.	Comment les cibles ou bénéficiaires ont-ils été identifiés		
Pertinence: Evaluer les objectifs référés aux besoins. Les besoins, les objectifs ou les finalités ont-ils été clairement identifiés? Les objectifs répondent-ils aux besoins?	Identification des besoins des bénéficiaires.	Comment a été faite l'analyse des besoins (que recouvre finalement le terme besoin pour celui ou celle qui développe le service / média). Exemple: Est-ce que l'analyse des besoins a été réalisée uniquement auprès des agriculteurs (et si oui, selon quel échantillonnage) ou bien a-t-elle "embrassée" l'ensemble des acteurs qui peuvent graviter autour de la production de services aux agriculteurs ?		

Figure 1 : Extrait de la grille d'analyse réflexive pour les porteurs de projet d'une offre de service

ANALYSE D'OFFRES DE SERVICES

Les enquêtes concepteurs

Des enquêtes auprès de concepteurs ont été réalisées pour une première approche et une première base de travail sur les différentes offres de services utilisant les médias sociaux pour la TAE. Ce travail a permis de cerner ce qui était recherché en mettant en œuvre l'outil et les représentations que les concepteurs ont sur l'agroécologie, les besoins des agriculteurs seuls ou en collectifs, sur le fond technique mais aussi sur le plan plus personnel ou collectif pour faire évoluer leurs pratiques et ce qu'apporte l'usage d'un média social dans ce processus d'évolution des pratiques.

Ainsi, afin de pouvoir réaliser les différents entretiens avec les concepteurs de médias sociaux, un déroulé d'entretien semi-directif a été construit. Ces entretiens ont permis de recenser:

- les profils et compétences des concepteurs, l'origine de leur projet et leurs motivations
- l'historique, les étapes dans l'élaboration de l'offre

- les intentions du concepteur (ou de l'équipe qui a conçu), les représentations de l'utilisateur et les situations dans lesquelles ce dernier utilise l'outil en lien avec l'agroécologie,
- leur vision du réseau social (son rôle dans l'outil mais aussi pour l'utilisateur),
- la façon dont ils ont cherché à les concrétiser dans l'outil et le service,
- ce que cela suppose aujourd'hui comme organisation et moyens pour produire le service et le maintenir, et ce que cela a supposé comme organisation et moyens pour développer le service.

8 entretiens ont été réalisés durant le deuxième trimestre 2020. 4 concernent des start-up montées spécifiquement autour du projet : NEAYI, Amiculteurs, PEPS et Landfiles. 4 se rapportent à des offres portées par des structures institutionnelles ou de conseil existantes dans la sphère de la R&D agricole : Ok Eleveur, Brebis Link, Pôle Bio Mssif Central et GECO.

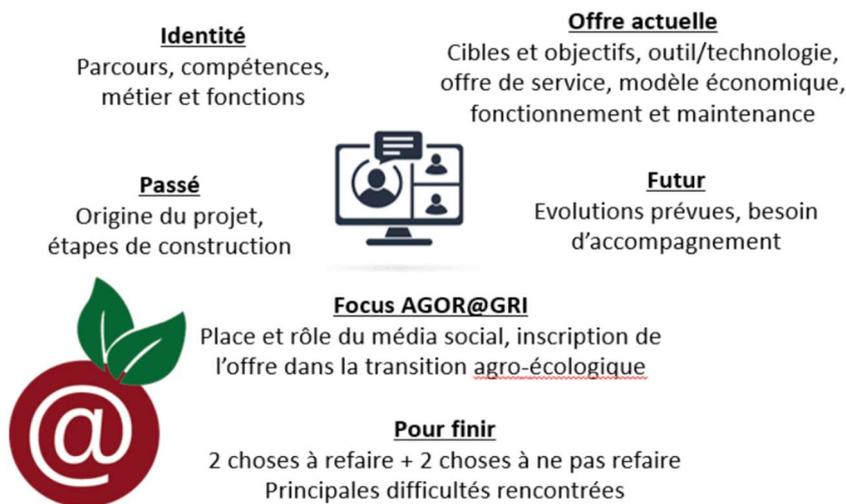


Figure 2 : Les 6 points de l'entretien semi-directif avec les concepteurs

Le récit temporel

L'objectif de ce travail est d'avoir une vision globale de la construction de l'offre de service. L'idée est d'utiliser pour tous le même format graphique présenté ci-dessous.

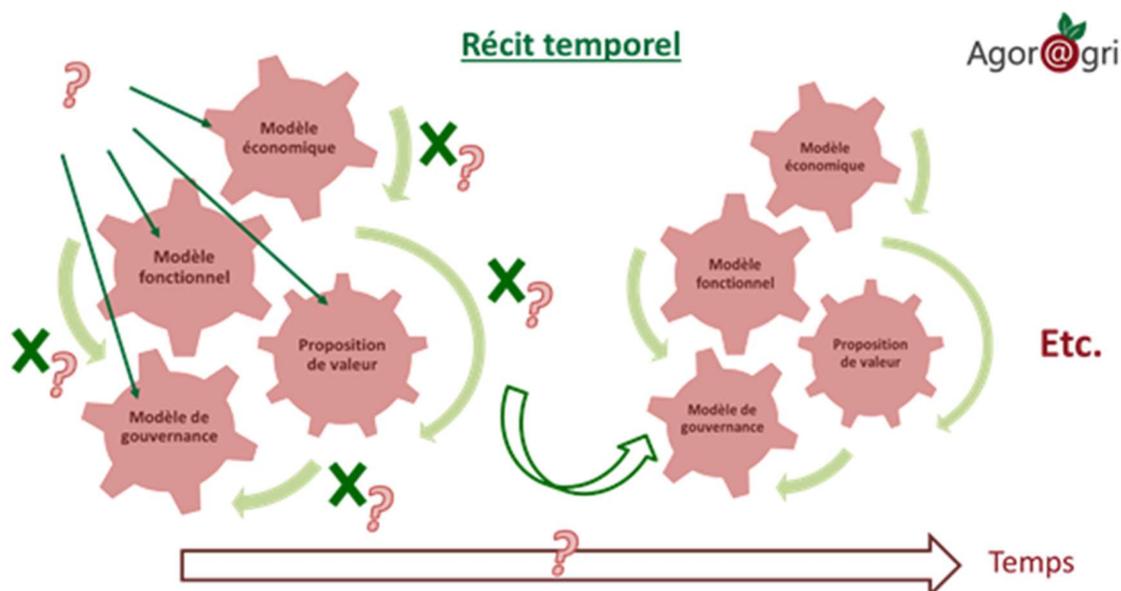


Figure 3 : Représentation type du récit temporel de la construction de l'offre de service

Ce graphique permet d'avoir une forme commune pour le partage avec d'autres offreurs de services pour aller vers l'agroécologie et basés sur des médias sociaux.

Dans le principe, nous souhaitons avoir :

- i) l'intérieur des engrenages (cf. ci-dessous l'abécédaire des engrenages) en précisant quel(s) « engrenage(s) » ont été définis en premier (cf. le point d'interrogation et les flèches en haut à gauche : plusieurs entrées possibles dans le schéma)
- ii) les liens entre les engrenages c'est-à-dire comment un modèle impacte l'autre ? Comment dans le temps les réflexions sur l'un ont fait évoluer les autres ? (cf. les croix vertes avec les points d'interrogation dans le schéma)
- iii) le déroulé dans le temps de l'ensemble des étapes de réalisation de l'offre (cf. la flèche temporelle et le point d'interrogation pour passer d'un groupe d'engrenage au suivant dans le schéma)

Pour cela, nous avons fait l'hypothèse qu'il pouvait y avoir des événements importants qui peuvent ré-orienter la proposition du service. De même, il se peut que tous les

engrenages ne soient pas définis au départ, ou n'évoluent pas de la même façon, l'événement qui réoriente pouvant impacter plus ou moins les différents engrenages.

Ce schéma a été mobilisé et a permis lors d'une rencontre entre ces huit concepteurs (atelier dit C0 : « **Construire les voies-voix de la transition agroécologique avec les réseaux sociaux** ») de présenter et de partager pour chaque concepteur d'une offre :

- la succession des étapes en pointant ce qui marque une étape (un nouveau cycle, une nouvelle bulle- engrenage- explorée alors qu'elle ne l'était pas) et pour certains d'évaluer les dépenses des différents engrenages.

- les relations faites à chaque étape (ou pas !) entre les différents engrenages !

Abécédaire des engrenages

Proposition de valeur : Quelle est la promesse de votre média/concept ? Une proposition de valeur est un produit, un service ou une expérience qui crée des avantages (pour le client) et résout des problèmes.

Modèle fonctionnel : A qui rend-on service ? Sur quoi est-ce qu'on agit ? Dans quel but ? Définir le fonctionnement et les fonctionnalités de votre média/concept et pointer celles qui vous apparaissent spécifiques d'un accompagnement vers l'agro-écologie.

Modèle économique : Quels sont les moyens et les ressources mis en œuvre pour développer et maintenir dans la durée votre offre ? Qui paie quoi ?

Modèle de gouvernance : il fait référence à la nécessité de contrôler et d'assurer la cohérence des activités de publication, de gestion des connaissances, de partage des connaissances, etc. Qui anime, modère, met en ligne les contenus et les gère ? Qui gère la communauté, accepte ou non des membres ?

Encadré 1 : Abécédaire explicatif du récit temporel

LE TRIANGLE D'ACTIVITE

L'objectif de ce travail est de produire une représentation systémique de la façon dont l'offre de service soutient le processus de transition vers l'agro-écologie. Il donne à voir le service tel qu'il est à l'instant t. Il est donc complémentaire avec le travail précédent (récit temporel) qui permet de retracer l'historique de sa construction. L'idée est d'utiliser pour tous les concepteurs le même format graphique présenté ci-dessous qui met en avant certaines composantes (les boîtes) et en explicitant les relations (les flèches) qui existent entre ces composantes. Le graphique permet d'avoir une forme commune pour le partager avec d'autres offreurs. L'objectif est d'avoir une vision de la façon dont

s'organise la dynamique de production du service aujourd'hui. Nous avons fait l'hypothèse qu'il était possible d'en donner une vision systémique à partir de quelques composants qui décrivent ce qu'Engeström (1987) appelle un système d'activité.

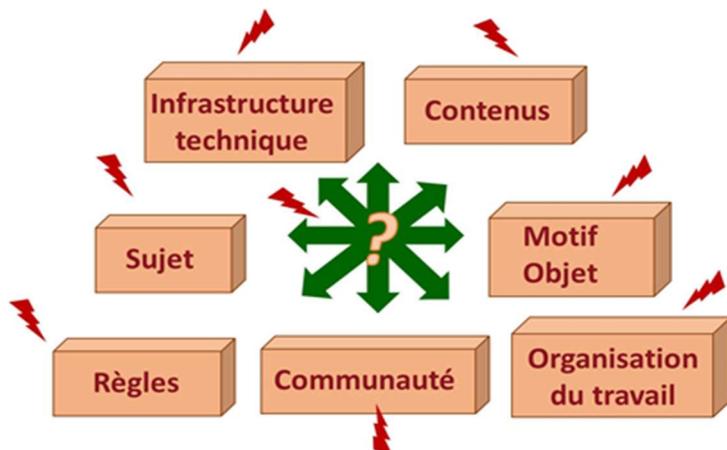


Figure 4 : Représentation du système d'activité dans lequel s'intègre l'offre de service
Voir encadré 2 – Abécédaire des boîtes

Dans le principe, nous souhaitons avoir :

- i) les informations qui permettent de comprendre les composantes de l'offre de service et la façon dont ces différents composants s'agencent et au service de quel accompagnement.
- ii) les flèches mettent en évidence l'importance dans la relation entre les composants et peuvent être légendées.
- iii) Les éclairs signifient qu'il y a éventuellement un problème. L'objectif est de préciser le problème identifié.

Ce schéma a été mobilisé et a permis lors de l'atelier C0 sur « Construire les voies-voix de la transition agroécologique avec les réseaux sociaux » de présenter et de partager pour chaque concepteur d'une offre :

- les éléments clés pour atteindre les effets attendus en termes d'accompagnement de la transition agroécologique
- les points à améliorer ou faire évoluer pour atteindre ces effets ou pour continuer à développer leur offre.

Abécédaire des boîtes

Le sujet : vous soutenez une action de quelqu'un.e....ce quelqu'un.e peut-être un individuel ou un collectif que vous considérez comme un « tout » (un groupe de développement par exemple dont vous souhaitez soutenir leur action commune, un réseau entre différents acteurs dont vous voulez stabiliser la coordination pour assurer un service donné ...). Un individu peut être un agriculteur, ou une catégorie précise d'agriculteurs, ou un élu, ou

Le motif ou l'objet : il s'agit de dire ce pour quoi et ce sur quoi le sujet agit. Si ce qui motive le sujet est d'aller vers la transition agro-écologique, dans le cadre de votre offre, vous avez décliné ce motif en fonction de ce qui vous semble nécessaire/possible de soutenir dans ce processus de transition : la recherche de connaissances par exemple, le test au champ, une dynamique continue de soutien mutuel entre pairs, l'exploration de solutions, la recherche de nouveaux partenaires pour monter une filière ou faire pâturer ses brebis...Dire le motif, c'est énoncé ce que vous entendez par transition agro-écologique, et dire l'objet c'est énoncé sur quoi vous faites porter votre soutien à la transition.

L'infrastructure : il s'agit du support technique et informatique que vous avez construit et qui sera mobilisé par le sujet pour réaliser l'action que vous avez choisi de soutenir. Ce sont les principales fonctionnalités de l'infrastructure.

Le contenu : au-delà des fonctionnalités que fournit l'infrastructure, vous pouvez proposer des fiches techniques que ce soit pour faciliter le partage (par exemple pour la mise en commun d'expérimentation, ou pour présenter des tests, des trajectoires) ou pour apporter des connaissances sur des pratiques. Sans détailler précisément le contenu, dites les types de contenus que vous avez mis en place pour soutenir l'action du sujet.

La communauté : dans le cas d'un média social, cette communauté est particulièrement importante. Peut-être avez-vous envisagé la façon dont elle doit être structurée pour contribuer au soutien que vous cherchez à proposer. Attention : si votre cible est un groupe –e.g. le sujet dans notre schéma-, la communauté n'est pas ce groupe, mais plutôt la façon dont vous voyez la dynamique éventuelle entre les groupes. Il s'agit ici de préciser les éléments clés de structuration de la communauté que vous avez en tête pour assurer le soutien que vous souhaitez apporter.

Les règles : Vous pouvez en tant qu'offreur, proposer des règles d'entrée dans la communauté, d'anonymat, etc. Il s'agit donc de préciser non pas tant les règles en tant que telles, que les domaines sur lesquels il vous a semblé important de cadrer par des règles que vous définissez donc a priori. Vous pouvez aussi ne pas avoir défini les règles, mais justement proposer à vos clients des domaines spécifiques sur lesquels ils doivent s'entendre sur les règles.

La division du travail : vous pouvez aussi compter sur d'autres acteurs pour accompagner la transition. Votre offre se situe en effet dans un ensemble déjà partiellement structuré autour de l'accompagnement de la transition. Dire ici ce qui est essentiel à la réussite de votre proposition. Par exemple, si vous soutenez plutôt des collectifs d'agriculteurs, est-ce que c'est important que des structures de conseil proposent votre offre dans le cadre de leur service aux agriculteurs, ou pas ? Est-ce que votre offre suppose de pouvoir bénéficier d'un repérage géo-référencé des parcelles qui est fourni par le service de la DRAAF ? etc.

Encadré 2 : Abécédaire explicatif du système d'activité - Instructions transmises aux concepteurs pour renseigner le triangle d'activité

APPROFONDISSEMENT SPECIFIQUE PAR ANALYSE COLLECTIVE

Cette tâche présente un double objectif :

- accompagner des porteurs d'offre de service (démarche avancée ou à peine initiée)
- approfondir certains points critiques dans tout projet de conception ou mise en œuvre d'une offre de service : identification de la demande, expression des besoins, composantes techniques et de gestion de contenu et les modalités d'animation.
- recueillir des éléments d'analyse transversale afin d'identifier des questions, préconisations, ... à capitaliser et transférer à de futurs concepteurs

Méthode mobilisée

Un groupe de concepteurs a été constitué avec les porteurs des offres étudiées dans la phase précédente.

Un premier atelier, proposé par IDEAS, dit atelier C0 « Construire les voies-voix de la transition agroécologique avec les réseaux sociaux », a été organisé le 23.11.2020, a permis une connaissance mutuelle des 8 porteurs d'offres de services, via leur présentation sous une forme commune du récit temporel et de la représentation du service sous forme du triangle d'activité (cf. ci-dessus).

Cet atelier préliminaire a été suivi de trois ateliers proposés par IDELE et construits avec l'appui de Christèle Couzy (Sociologue-Agronome à l'IDELE. Coach certifiée) :

- Un atelier **Choix organisationnels et principes fondateurs des MS dans la transition agro-écologique pour aider à la conception**. Cet atelier a eu lieu le 26.02.2020.
- Un atelier **Identification des besoins / appropriation-valorisation des besoins / conception outil des MS dans la transition agro-écologique pour aider à la conception**. Cet atelier a eu lieu le 26.03.2020.
- Un atelier: **L'animation et le suivi des impacts**. Cet atelier a eu lieu le 30.04.2020.

L'objectif de ces 3 ateliers proposés était d'approfondir les démarches de chacun. Chaque porteur de projet a pu exposer plus précisément sa démarche de conception. Il s'accompagnait d'un brainstorming sur l'identification des éléments positifs et négatifs du choix effectué pour enfin terminer par une capitalisation des bonnes pratiques à mettre en œuvre pour la conception d'offres de services fondés sur les médias sociaux pour soutenir la transition agroécologique. Ces ateliers ont été faits en ligne sur un mode de fonctionnement type Fishbowl avec plusieurs strates d'observations et de questionnement (cf. figure 5).

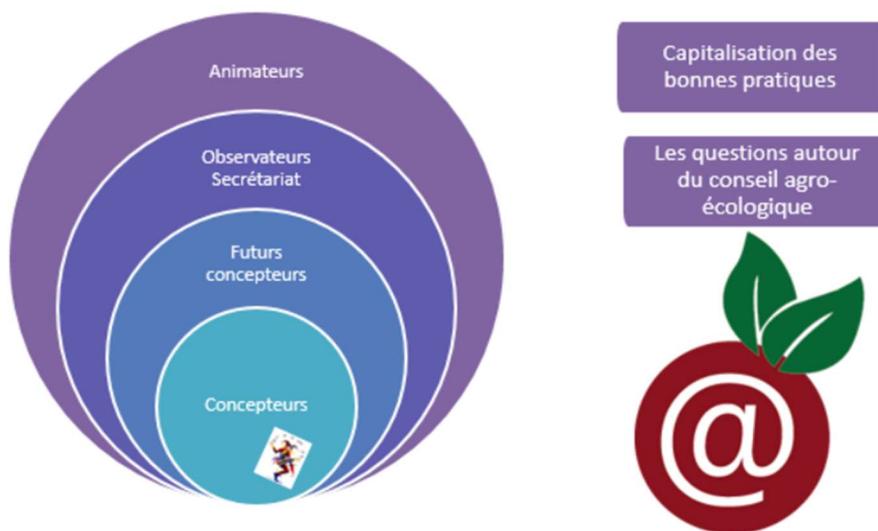


Figure 5 : Fonctionnement d'un atelier sous forme de Fishbowl et répartition des rôles entre les participants

Le calendrier, les objectifs et la méthode de chacun des ateliers sont récapitulés dans le tableau suivant.

Tableau 1 : Calendrier, objectifs et méthodes des ateliers concepteurs

Date	Objectif	Méthode
23/11/2020	Faire connaissance et développer la confiance entre porteurs de projet	Tour de table avec présentation sous un format commun (système d'activité et récit temporel) cf. § M.2
26/02/2021	Réflexivité sur 2 points critiques la forme organisation de la structure porteuse (start up vs institution) les compétences nécessaires	Questions posées : Quels sont les atouts et inconvénients de votre forme d'organisation ? Quelle stratégie de gestion des connaissances ? Comment sont identifiées les compétences à acquérir en interne, à sous-traiter, à rechercher chez des partenaires ? Animation : Tour de "table" + Fish bowl (flop) sous tableau de bord partagé (klaxoon)
26/03/2021	Réflexivité sur les processus de conception en dissociant les expressions des besoins	Représentation sur un tableau de bord partagé (klaxoon) du processus de chaque offre de service autour de trois bulles (identification des besoins / appropriation-valorisation des besoins / conception outil) et d'une échelle de temps Partage via un tour de table puis discussion générale
30/04/2021	Réflexivité sur l'animation et le suivi des impacts.	Travail sur un tableau partagé (klaxoon) pour représenter l'origine des contenus partagés via chaque outil Partage via un tour de table puis discussion générale avec questions de relances : précision sur les contenus échangés, stratégie et méthode pour motiver à mettre du contenu, suivi de la communauté, ligne éditoriale.

RESULTATS

UNE GRILLE D'ANALYSE D'UN PROJET INFORMATIQUE ET DE L'OFFRE PROPOSEE

Cette grille décline les points clés pour décrire le contexte dans lequel s'inscrit le service, le service lui-même et la façon dont il a été développé. Elle s'est construite autour des différentes étapes que l'on trouve classiquement autour d'un projet.

Chacune de ces étapes se décline en plusieurs critères d'évaluation qui se déclinent eux-mêmes en indicateurs et éléments observables. Chacun de ces indicateurs et éléments observables s'accompagnent de questions à se poser.

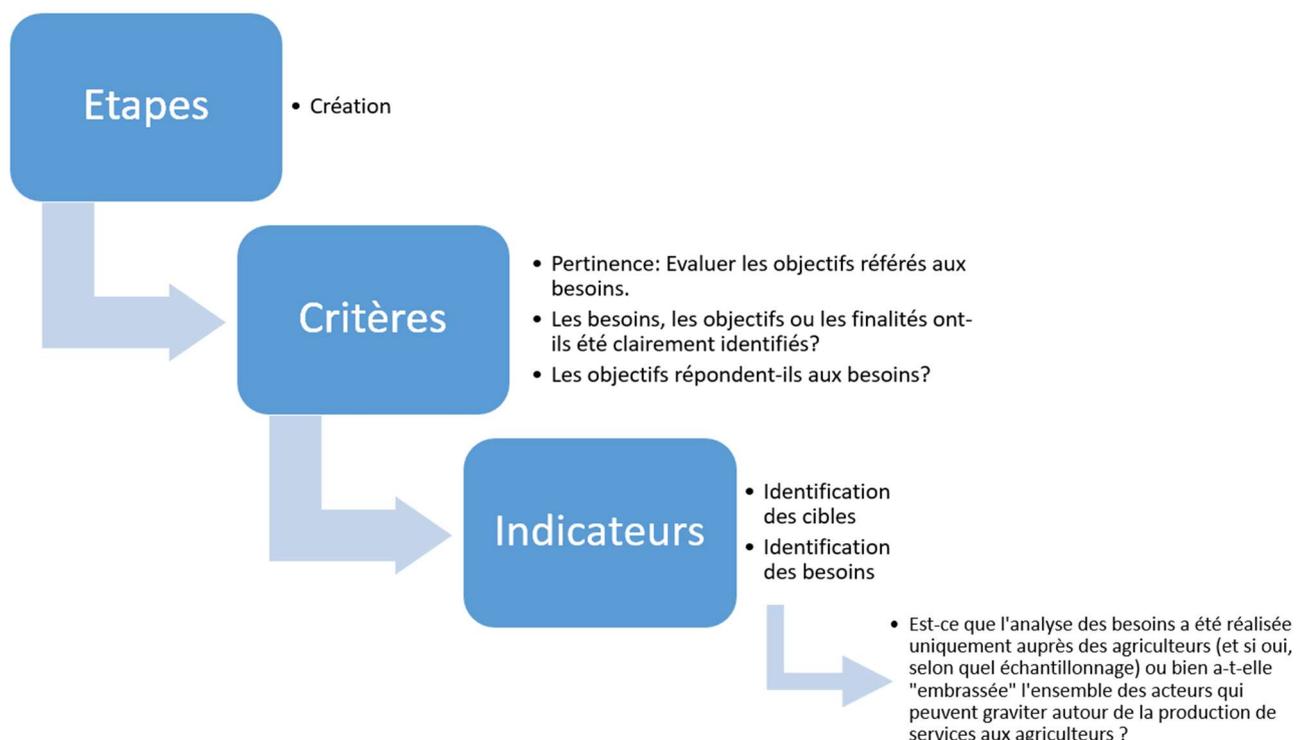


Figure 6 : Processus d'évaluation d'une offre numérique suivi dans la grille

Cette grille s'accompagne également d'un onglet spécifique au service rendu par le média social. Celui-ci se compose de trois critères à évaluer :

- la définition du cahier des charges: définition de la commande, le service proposé, les bénéficiaires et leurs besoins...

- l'exploration des solutions envisagées: les solutions incluent un support utilisé, un contenu, un mode de production du service...
- l'évaluation de l'utilisation et de la plus-value effectivement apportée aux utilisateurs de ce service: les solutions peuvent être évaluées partiellement (adéquation d'un support aux bénéficiaires par exemple) ou globalement (tel support, tel contenu, tel mode de production évalués ensemble dans leur capacité à répondre aux besoins, objectifs...).



[Voir la grille d'auto-évaluation du service](#)

ETUDE DE CAS : ANALYSE DE 8 PROJETS DE MS POUR LA TAE

L'analyse des 8 projets s'est faite à partir d'enquêtes réalisées durant l'année 2020. L'objectif de ces enquêtes était d'avoir une première connaissance des concepteurs, de leur offre et de l'historique de la conception, base de travail sur les différentes offres de services utilisant les médias sociaux.

Afin de compléter cette première analyse, un atelier réunissant les 8 projets enquêtés s'est déroulé en 2021. Ce travail a permis d'avoir une vision globale de la construction de l'offre de service et une représentation systémique de la façon dont l'offre de service soutient le processus de transition vers l'agro-écologie. Ces deux représentations ont été faites en utilisant pour tous le même format graphique : le récit temporel et le triangle d'activité.

Les principaux résultats sont présentés sous forme d'un tableau de synthèse, réalisé à partir des éléments recueillis lors des entretiens et des ateliers AGOR@GRI menés en 2021

Tableau 2 : Résumé visuel des 8 projets d'applications et réseaux sociaux (à la date des ateliers, i.e. 2021)

								
Porteur								
Cibles	► Eleveurs	► Agriculteurs, Conseillers, enseignants	► Groupes d'agriculteurs	► Groupes d'agriculteurs	► Agriculteurs, Conseillers, enseignants	► Agriculteurs	► Agriculteurs, Conseillers, enseignants	► Eleveurs, Conseillers, enseignants
 Banque de connaissance.					X	X	X	X
 Outil d'échange de savoirs	X	X	X	X	X	X	X	X
 Echange entre agriculteurs	X	X	X	X		X		
 Capitalisation d'expérience	X	X	X	X	X	X	X	X
Etat			 2017	 2020	 2019	 prototype.	 2019	 2019
Modèle économique	Financement public régional	Financement interprofessionnel	Financement propre et financement public. Licence d'utilisation payante	Financement propre et financement public. Licence d'utilisation payante	Financement propre et financement public. Licence d'utilisation payante	Financement public	Financement public	Financement interprofessionnel



Voir Présentation synthétique de 6 offres de services basées sur un média social)



Voir Fiches Offre de service : Amiculateurs, Triple Performance/NEAYI, GECO

Les ateliers ont été l'occasion d'échanger entre projets situés à des degrés divers d'évolution. Tous ces projets visent à faire bénéficier les agriculteurs de pratiques agroécologiques, mais leurs fonctionnalités divergent sur la participation des différents acteurs : depuis des plateformes de connaissances facilitant la communication autour des pratiques aux outils participatifs aidant les agriculteurs à échanger entre eux des savoirs et des expériences.

PARTAGE D'EXPERIENCE ENTRE CONCEPTEURS

Les résultats présentés dans la suite du document sont issus des retours d'expériences des 8 porteurs d'offres et des réflexions collectives lors des ateliers.

Les choix organisationnels de la structure porteuse

Une première discussion a porté sur le type de structure portant l'offre de service. En effet, parmi les 8 offres de services étudiées, 4 sont portées par des start-up montées spécifiquement autour du projet et 4 par des structures institutionnelles ou de conseil existantes dans la sphère de la R&D agricole.

L'émergence des start-up dans le système d'innovation agricole semble être un mouvement lié au numérique mais aussi à la politique d'innovation qui s'est mise en place au niveau national. Ces start-up sont autant des acteurs du monde agricole que des acteurs du monde informatique.

Récapitulatif des atouts et inconvénients identifiés selon le type de porteurs de projets.

Tableau 4 : Avantages et inconvénients d'une forme organisation institutionnelle (état, institut technique)

Avantages	Inconvénients
<p>Moins de difficultés à s'inscrire dans des réseaux de recherche, développement et conseil agricoles.</p> <p>Diversité de méthodes à mobiliser.</p> <p>Vision long terme et une certaine sécurité dans le développement des outils grâce aux financements, aux moyens humains disponibles.</p> <p>Accès à un écosystème d'innovation.</p> <p>Connaissance du monde agricole.</p> <p>Appui méthodologique et technique sur les questions agricoles car porté par des institutions qui sont en appui derrière.</p>	<p>Difficultés en termes d'agilité, de réactivité limitée à cause des circuits décisionnels et de travail de concertation souvent plus importants pour arriver à des consensus (diversité de point de vue).</p> <p><i>"Pour mettre en place une idée, c'est plusieurs mois car la décision remonte assez haut"</i>.</p> <p>Manque de disponibilité</p> <p><i>Pas à 100% sur les projets car d'autres activités à côté.</i></p> <p>Les partenariats peuvent induire un besoin en temps de concertation.</p>

Tableau 5 : Avantages et inconvénients de la forme organisation Start-up

Avantages	Inconvénients
<p>Rapidité des prises de décisions liées au nombre limité de personnes (pas de comité de pilotage comme dans les grandes institutions).</p> <p>Indépendance, autonomie, agilité et vitesse de fonctionnement</p> <p><i>“On peut dire ce qu'on veut”.</i> <i>“On s'équipe des outils les plus adaptés”</i> <i>“On fait des choix et la mise en place est dépendante de nous.”</i></p> <p>Parcours de développement pouvant être fait avec des incubateurs.</p> <p><i>“Nous avons réalisé des enquêtes, maquettes, PROOF, MVP... ce sont des démarches d'innovations frugales, pas trop chères qui permettent d'avancer.”</i></p> <p>Mode de financement chronophage.</p> <p><i>“Il faut aller chercher des financements tout le temps, pour deux choses : monter des projets avec des partenaires pour financer le temps de travail et financer l'innovation via la BPI”.</i></p>	<p>Financements compliqués (pour la phase de conception de l'offre)</p> <p>Difficultés à nouer des partenariats avec les institutions publiques.</p> <p><i>“Pas toujours vrai avec GECO, partenariat oral avec GECO. Le choix de PEPS, c'était de travailler avec des entités publiques et on a dû faire des pieds et des mains pour se faire entendre / comprendre.”</i></p> <p><i>“Nous on travaille avec des animateurs qui ont besoin d'outils pour animer leur collectif. Quand ils sont dans des institutions, ces animateurs ne savent pas s'ils peuvent prendre la décision de travailler avec nous ou pas. Il y a beaucoup d'inertie dans la prise de décision de travailler avec nous. Pour nous, start-up, 6 mois c'est trop long pour lancer des tests.”</i></p> <p>Difficultés à faire sa place, manque de légitimité, notoriété</p> <p><i>“On n'a pas le même appui que lorsqu'on est dans une institution”.</i></p> <p>Vision du temps totalement différente entre start-up (temps court) et institution publique (temps long).</p> <p>Difficulté à financer le temps de travail (difficulté à définir et instaurer un modèle économique viable et pérenne, rémunérateur pour les personnes qui proposent le service)</p> <p><i>“Soit on se ne paye pas ou sinon très peu”.</i></p>

Éléments de réflexion.

Le statut de l'organisation est rarement un choix, mais plutôt une situation liée à i) à la demande et le contexte dans lequel a émergé le projet et ii) les acteurs initiateurs du projet et/ou mandatés pour le mener à bien. C'est néanmoins un élément à bien prendre en compte car très **influent sur la gouvernance future et le modèle économique à construire.**

Il est important d'être conscient de l'origine du projet : est-ce une commande issue d'institutions publiques ou une initiative "privée" ?

Le fait d'être en mode start-up donne une certaine liberté d'action mais est un statut plus **risqué**.

Mixer la liberté de la start-up et la sérénité du soutien public permet de maximiser les chances de réussite.

L'écosystème en start-up est complètement différent de la façon classique d'organiser l'innovation en termes de services tel qu'il s'est structuré dans le monde agricole. Le fait de **sortir du monde agricole** [Cf. expérience avec les incubateurs] est très intéressante et très inspirante.

RECOMMANDATIONS ISSUES DE L'ATELIER

Quel que soit le statut (start-up ou institutions), il est utile d'**être accompagné** pour être guidé, de disposer de **feedbacks** autres que nous-mêmes (dispositifs incubateurs, accompagnement par un prestataire, etc.).

Quelle que soit la forme d'organisation, il est important de clarifier et stabiliser très vite le **modèle économique** du projet. C'est d'autant plus urgent pour les initiatives portées par les start-up et de rechercher des sources de financements pour soutenir la mise en place du service (financements agricoles, européens, etc.)

Analyse des compétences nécessaires

Une cartographie des compétences a été réalisée par les participants, en distinguant les compétences disponibles en interne, les compétences disponibles en sous-traitance, celles disponibles par des partenariats et enfin les compétences manquantes. Au-delà du type de compétences, cet échange a permis de partager les contacts clés (notamment pour des prestataires spécialisés (post-it bleus) (figure 6).

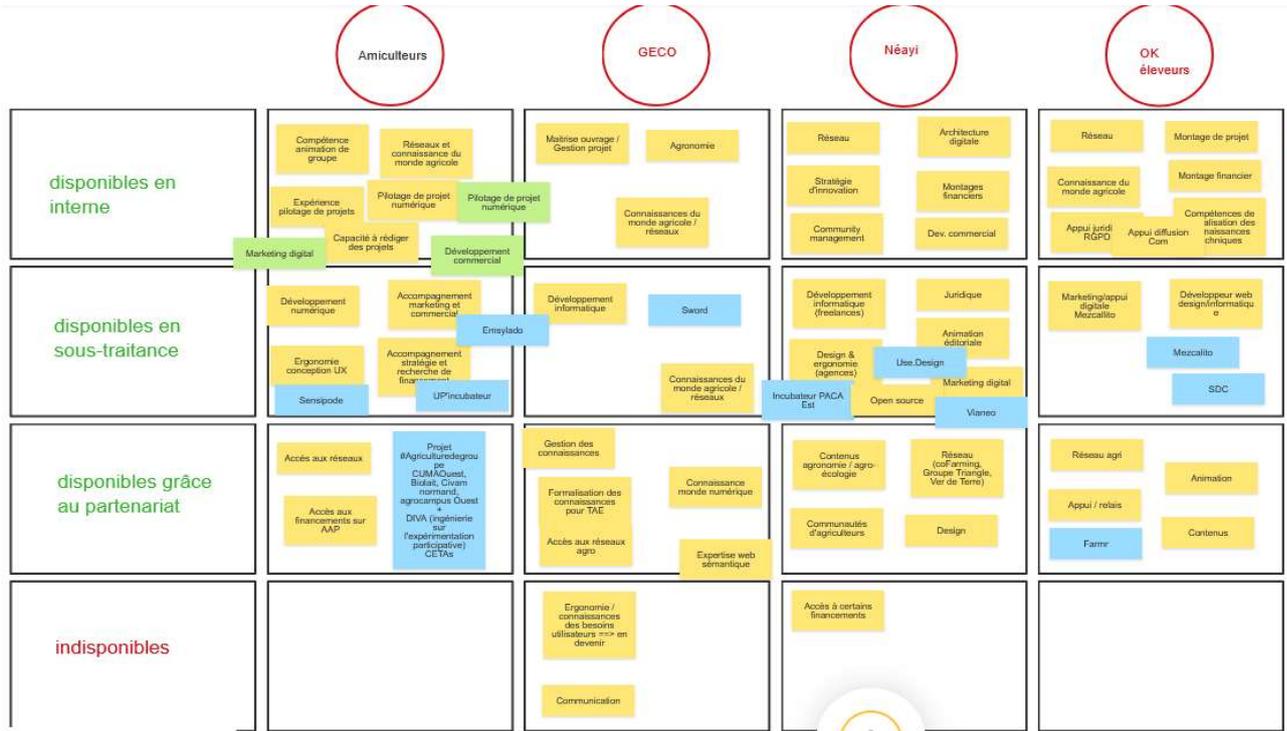


Figure 7 : Cartographie des compétences réalisée lors de l'atelier du 26/02/2021

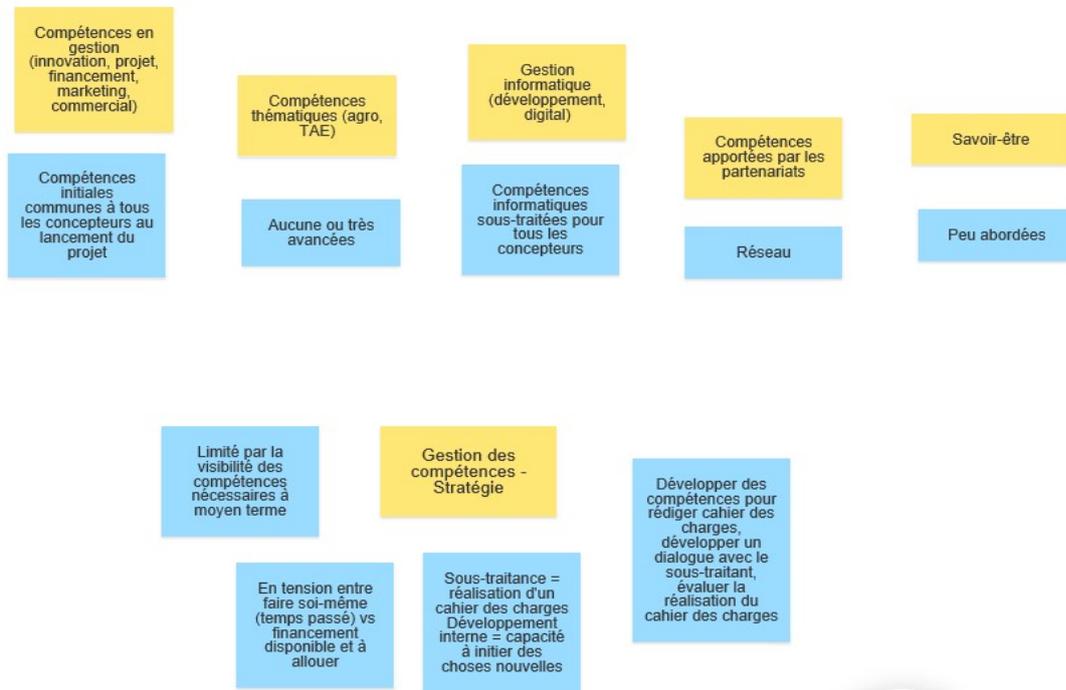


Figure 8 : Synthèse des compétences issues du brainstorming des concepteurs (atelier du 26/02/21)

La stratégie de gestion des compétences dépend de la structure et de son modèle économique et de sa capacité à engager des dépenses de prestation ou à recruter. En effet, quand on parle de dépenses dans une start-up, cela peut directement impacter sa durée de vie.

Principales compétences nécessaires à tout projet de média social pour la transition agroécologique

- Gestion de projet, maîtrise d'ouvrage (montage projet + financier)
- Développement informatique et numérique,
- Design et ergonomie (de l'outil mais aussi de l'activité),
- Marketing digital et commercial
- Gestion des connaissances et élaboration des contenus pour la transition agroécologique
- Identification de la communauté, (réseau de partenaire) et de vie de la communauté
- Réseau & partenariat, connaissance du monde agricole

Encadré 3 : Principales compétences nécessaires pour la conception et la conduite d'un projet d'offre de service d'accompagnement à la transition agroécologique en lien avec un média social

RECOMMANDATIONS ISSUES DE L'ATELIER

Il est important de faire le point sur les **compétences dont on dispose au départ** et celles qui manquent.

La **compétence de maîtrise d'ouvrage** est nécessaire : interagir avec un prestataire ne s'improvise pas ; traduire au prestataire les besoins, contextes et contraintes du monde agricole ne s'improvise pas.

Pour le recours à des **prestations** :

- Avoir un **cahier des charges bien défini** avec les différents prestataires. Il faut que tout soit bien notifié. Veiller néanmoins à garder de la souplesse (méthode agile) pour pouvoir prendre en compte les retours utilisateurs.
- **Ne pas s'auto-restreindre** dans les demandes aux prestataires (par ex informatique) en se disant que c'est trop compliqué.
- Penser à l'analyse des besoins utilisateurs et des **contextes d'usage** et la façon dont s'inscrira le service dans l'activité de la transition écologique des utilisateurs.

Gérer les compétences en **mode agile**, selon les besoins au stade de développement du projet

Représentation du processus d'écoute des besoins, de leur appropriation à la conception de l'offre

Les concepteurs ont représenté puis présenté le **processus et les étapes de l'identification des besoins, et de leur traduction en fonctionnalités informatiques pour concevoir le média social au cœur d'un service** accompagnant la transition agroécologique (atelier du 26 mars 2021).

On remarque que les processus peuvent être plus ou moins linéaires, circulaires, imbriqués et/ou itératifs.

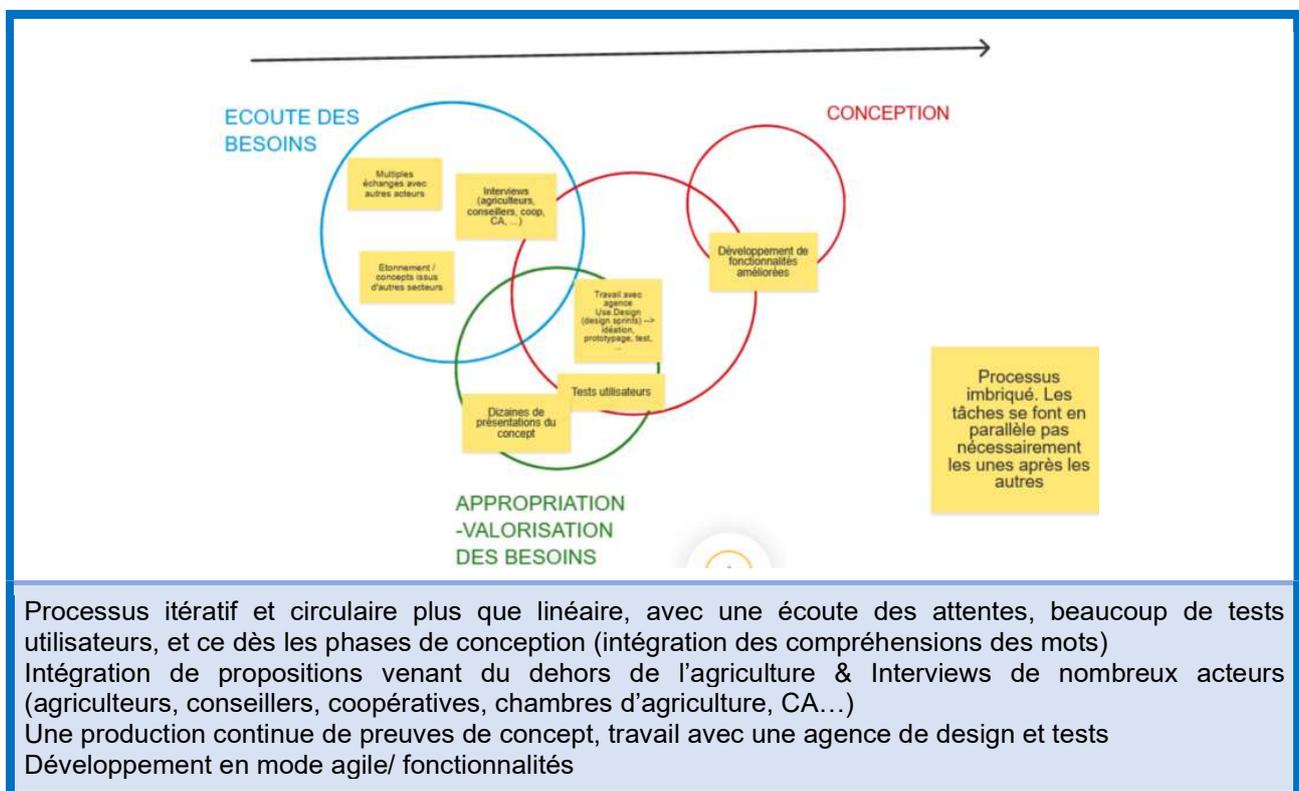


Figure 9 : Représentation du processus de conception à partir de l'écoute des besoins pour Neayi (atelier du 26/03/2021)

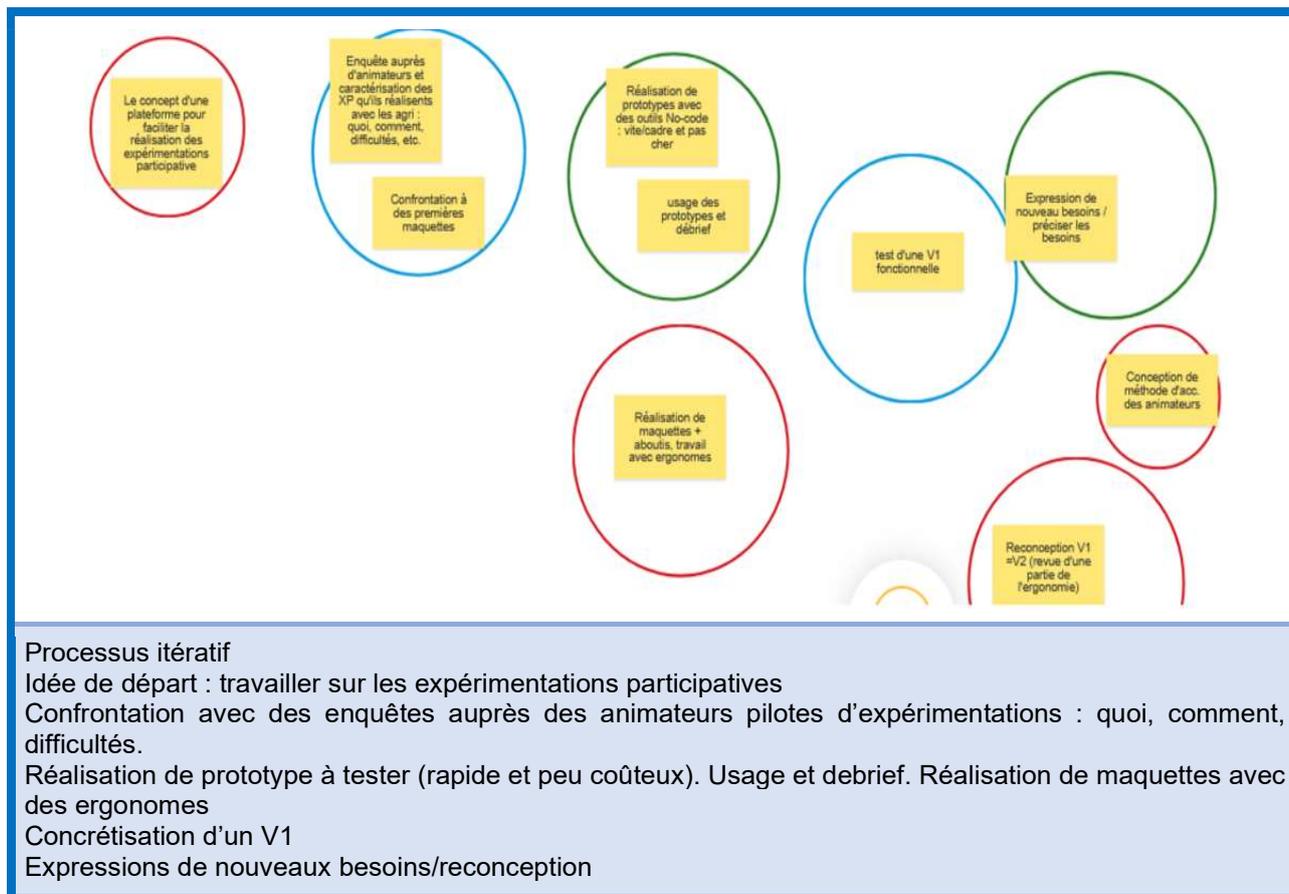


Figure 10 : Représentation du processus de conception à partir de l'écoute des besoins pour Amiculteurs (atelier du 26/03/2021)

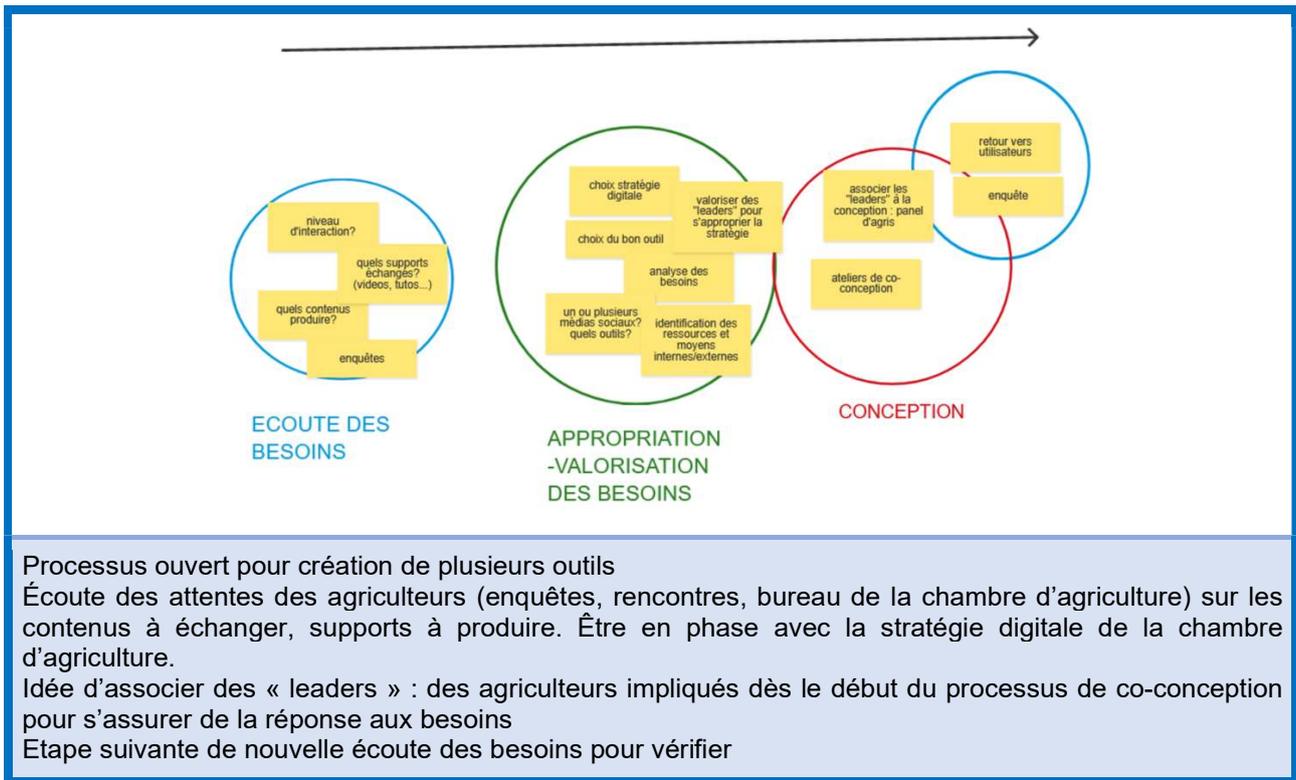


Figure 11 : Représentation du processus de conception à partir de l'écoute des besoins pour Brebis Link (atelier du 26/03/2021)

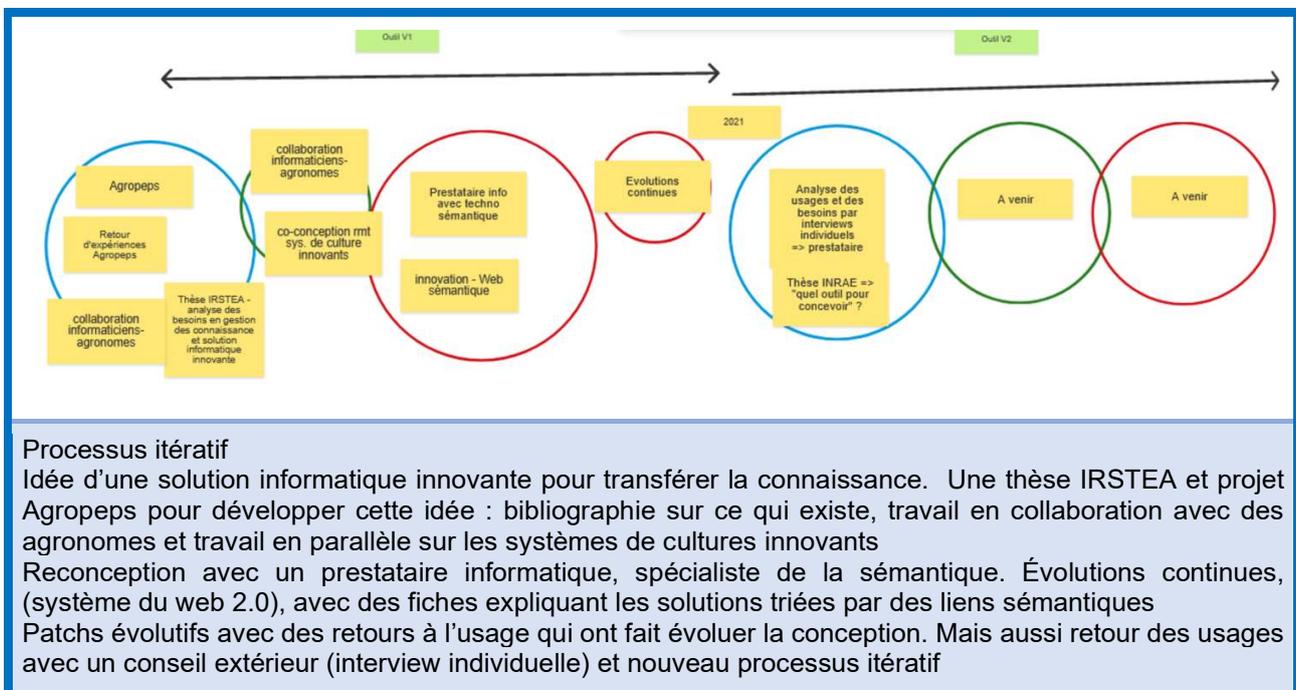


Figure 12 : Représentation du processus de conception à partir de l'écoute des besoins pour GECO (atelier du 26/03/2021)

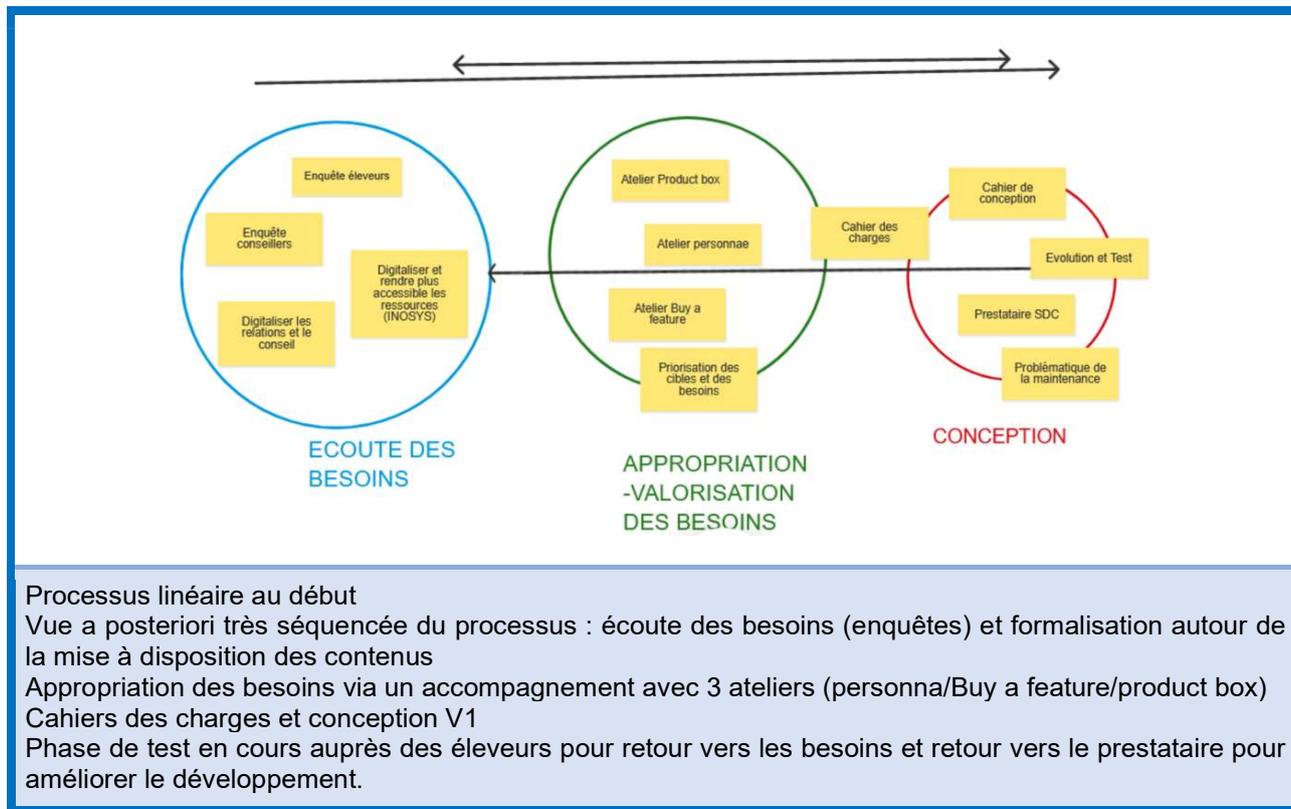


Figure 13 : Représentation du processus de conception à partir de l'écoute des besoins pour OK Eleveurs (atelier du 26/03/2021)

Dans le cadre du projet de la plateforme Ok Éleveur, un accompagnement spécifique a été fait par une agence digitale. Celle-ci a permis de définir le projet pour qu'il s'inscrive dans un écosystème cohérent. Cet appui s'est formalisé par la réalisation de 3 ateliers spécifiques pour définir la plateforme : Son concept - Ses cibles - Ses fonctionnalités

Le concept du projet = “Product box”

C'est un atelier qui a associé des personnes d'Idele, des Chambres d'agriculture et un éleveur-influenceur sur les réseaux sociaux.

Ce travail collaboratif a pour but :

- de matérialiser et partager les fondamentaux du projet en co-concevant une boite comme si le projet devait trouver sa place sur un linéaire au sein d'une offre de logiciel
- de lui trouver un nom
- de hiérarchiser les informations/promesses du produit
- de servir de référence tout au long du projet après impression-fabrication



Les cibles : les persona

Cet atelier a pour objectif de :

- personifier les cibles
- se glisser dans la peau des utilisateurs finaux: Qui sont-ils? Quels sont leur leitmotiv? Quelle est leur histoire?
- de réaliser un livrable qui servira de référentiel

UN ÉLEVEUR

JULIEN 30 ANS
ÉLEVEUR LAITIER - BRETAGNE

Je veux échanger rapidement et facilement pour améliorer mon exploitation.

LEVIERS	FREINS	PAR RAPPORT AUX SERVICES
<ul style="list-style-type: none"> Recherche d'informations libres Envie de partager Echange rapide avec un réseau d'experts (en temps réel) Profil personnalisé 	<ul style="list-style-type: none"> Pas de temps libre "Mauvaise mise en page" Pas actualisé régulièrement (tous les jours) Temps de réponse et chargement trop long 	<ul style="list-style-type: none"> Forums (Twitter / Facebook / Youtube) Usage smartphone avancé Mobile friendly Partage beaucoup d'informations Aime les applications mobiles Utilise les chatbots Apprécie la géolocalisation Mise en favori (gain de temps)

UNE MACRO LISTE PRIORISÉE !

Les fonctionnalités = Atelier “Buy a feature”

Cet atelier a permis de prioriser les fonctionnalités de la plateforme en :

- listant les fonctionnalités
- achetant individuellement et collectivement sous forme d'enchères les fonctionnalités souhaitées, ceci permettant de prioriser les fonctionnalités

Fonctionnalités sur-financées	Fonctionnalités financées
<ul style="list-style-type: none"> Base documentaire Moteur de recherche Profil personnalisé Forum 	<ul style="list-style-type: none"> Tutos et astuces Agendas Outils d'évaluations Partage réseaux sociaux

Encadré 4 : Accompagnement créatif lors de la conception d'OK Eleveur

Pour citer ce document : Mathieu G., Sarzeau P, Fourrié L.. 2022. Concevoir et maintenir un service autour d'un média social pour accompagner de la transition agro-écologique. Compte-rendu d'ateliers pour et avec des porteurs d'offre de service : méthodes de travail, outils d'analyse et d'évaluation, retours d'expérience & pistes de réflexion. Agor@gri (tâche 3.2). Décembre 2022. 36 p.

RECOMMANDATIONS ISSUES DE L'ATELIER

Concernant les cibles

Bien définir les cibles (conseillers, agriculteurs), en particulier identifier un noyau d'acteurs (une communauté) partageant un enjeu associé à la transition agro-écologique (connaître des expériences réussies, partager des expérimentations, etc.)

Impliquer dès le départ les cibles dans le processus pour connaître leurs besoins, leurs difficultés à résoudre, leur manque.

Ne pas confondre identification d'un manque et écoute d'un besoin

- Idée intéressante des **agriculteurs leaders**. Mais attention à ne pas rester entre soi ou avec toujours les mêmes agriculteurs.
- Tester le **prototype** pour voir aussi leur comportement face au numérique.
- **Travailler sur la question de la gouvernance**, les approches peuvent différer selon les situations start-up ou projets plus institutionnels.

Concernant le processus

Le processus itératif paraît le plus intéressant même s'il demande plus de temps.

- **Procéder pas à pas avec les cibles sans en oublier** : faire des croisements d'expériences, identifier un manque, avoir une idée, se confronter au terrain
- **Être en synergie avec ce qui nous entoure** : maîtriser la multitude d'outils et leurs interactions, montrer ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, apporter de l'expertise.
- **Ecouter les gens individuellement et collectivement**

Intégrer la compréhension des besoins des cibles pour construire des fonctionnalités dans futurs outils

Il existe une **variété d'acteurs** (l'agriculteur individuel, le groupe, le conseiller, l'animateur, le politique...) qu'il est nécessaire d'intégrer dans les outils via des développements spécifiques.

Des **méthodes** existent pour faciliter la prise en compte des besoins dans la conception

- **Méthode de design thinking avec des personae** (stéréotypes d'utilisateurs, identifiés de façon explicite) avec des échanges sur le terrain, des parcours utilisateurs. Ensuite,

on fait des itérations, sur fond de méthode agile, on fait des propositions à des β -testeurs pour recueillir les usages.

- **Atelier Buy a feature** : après avoir défini les cibles du projet, cet atelier propose un monopoly des fonctions. Avec une enveloppe d'argent virtuel, on priorise les fonctions que l'on souhaite développer sur l'outil.

Accompagner la structuration des échanges et les capitaliser. Utiliser les outils pour construire et structurer les connaissances pour répondre au besoin de connaissance nécessaire à la transition agro-écologique

Animation et sources des contenus

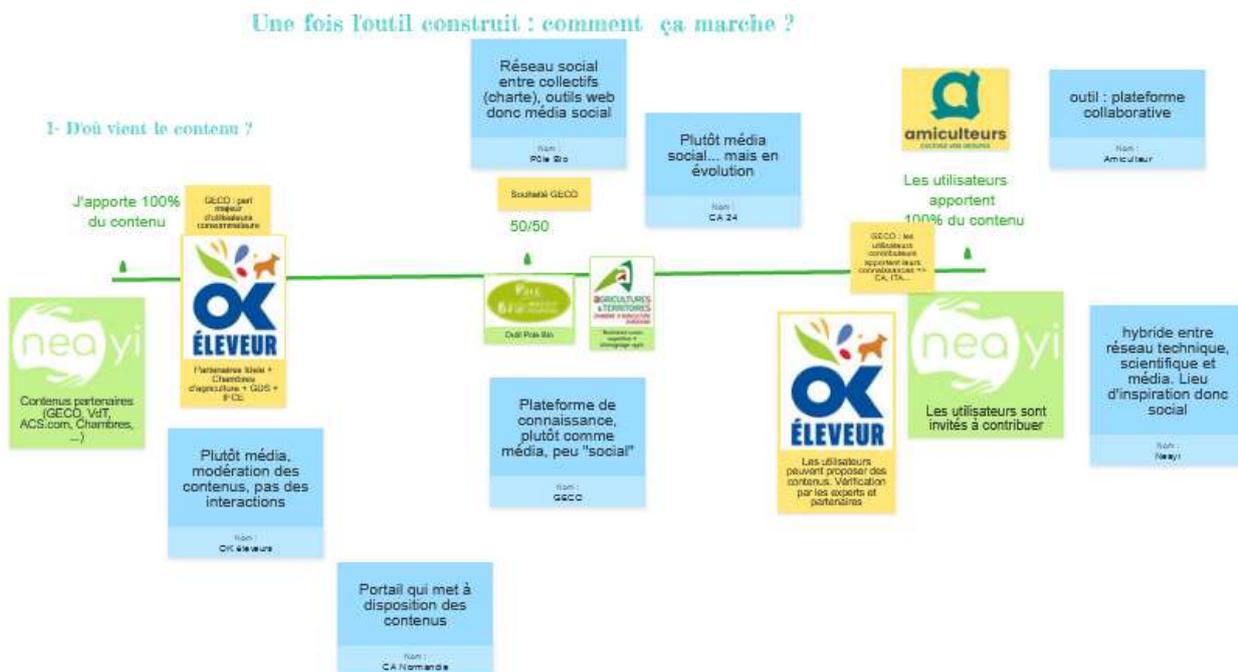


Figure 16 Positionnement des différents services quant à l'origine des contenus. Atelier du 30 avril 2021

La plupart du temps, les contenus sont mis en ligne par les concepteurs, au moins dans un premier temps. Ensuite, les utilisateurs (agriculteurs, conseillers, instituts techniques...) peuvent devenir des contributeurs. Si cela peut être le but recherché, il faut être vigilant sur la fiabilité des contenus qui y sont déposés. Certaines plateformes modèrent en vérifiant les contenus et à l'opposé, d'autres laissent la libre circulation.

RECOMMANDATIONS ISSUES DE L'ATELIER

Concernant les utilisateurs

Peut-on connaître les utilisateurs d'une telle plateforme ? Ils peuvent être agriculteurs, conseillers, étudiants, ... Difficile d'en savoir plus (sont-ils engagés dans une transition agro-écologique ? utilisent-ils différentes plate-formes ? Globalement ce sont des gens ouverts à partager du contenu sur les réseaux et à capitaliser des informations.

La **connaissance de la fréquentation** reste assez sommaire mais le nombre d'utilisateurs de ces plateformes reste un enjeu économique. Le nombre d'utilisateurs est souvent gage de crédibilité !

Concernant la mise en ligne des contenus par les utilisateurs

Le rôle d'**animation** apparaît essentiel, peu importe la plateforme, c'est une partie constitutive de l'offre de service qui peut être assurée soit par les concepteurs du support technique, soit distribuée à d'autres acteurs. Cette mission requiert des **compétences spécifiques**, relativement nouvelles dans les structures classiques de conseil agricole). Cette animation est de l'énergie à mettre en place afin d'amorcer une dynamique.

Par exemple, partir sur des questions concrètes et sur des solutions au fur et à mesure, sans forcément partager des solutions hyper abouties. Il faut apporter et animer ce contenu. L'objectif n'est pas de faire de la quantité mais plutôt de la qualité.

On ne peut pas parler de ligne éditoriale. Il s'agit plutôt un **processus de cadrage/modération des contenus**, c'est-à-dire qu'on accepte tout dans une limite d'exigence de qualité pour certains. D'autres acceptent tout mais ont un processus de vérification de la fiabilité des contenus avant la mise en ligne.

Suivi des impacts

RECOMMANDATIONS ISSUES DE L'ATELIER

Le partage d'expérience sur la question des suivis des impacts montre que la mise en place, le suivi et l'analyse des données issues de **Google Analytics** est très performante.

PISTES DE REFLEXION POUR APPROFONDIR

RESEAU SOCIAL VERSUS MEDIA SOCIAL ?

Réseau social : l'entrée du service est avant tout l'individu. On cherche à ce que les membres contribuent. Il y a des règles de conduite à respecter dans un réseau.

Média social : Ici l'entrée "média" est importante, les contenus, l'information échangés sont mis en avant. Il y a donc besoin d'une politique de ligne éditoriale ou processus, ouvert à tout le monde. Ce média est considéré comme social au sens où il y a des interactions sur les connaissances : les connaissances scientifiques rencontrent les connaissances de terrain et inversement. Le média social est un diffuseur et concepteur d'informations et ressources qui ont pour vocation d'être diffusées.

MONTAGE ET LA CONDUITE D'UN PROJET DE MEDIA SOCIAL POUR LA TRANSITION AGROECOLOGIQUE

Gouvernance de l'offre de service

La **composition de la gouvernance** peut influencer sur l'acceptation de l'agro-écologie, des objectifs et priorités données pour la transition. Concrètement, cela peut avoir des répercussions sur :

- le **périmètre des contenus** (par exemple : réduction des phytosanitaires, ou agriculture biologique),
- la nécessité (ou non) d'un processus de **validation des contenus** échangés,
- la **liberté de parole** dans les échanges,
- la prise de décisions d'orientation sur le **développement de l'innovation** (vision "service" ou vision "transition agroécologique"), ...
- La communauté et ses règles de fonctionnement

Ressources nécessaires

Pour le **financement** des entreprises positionnées sur la transition agro-écologique, y a-t-il une stabilité ou une instabilité des financements sur cette thématique ? Des appels à projets peuvent permettre de financer la phase de développement mais ensuite le modèle économique du service paraît plus complexe à trouver et pérenniser

Dans la recherche de prestataires pour pallier le manque de compétences au sein de l'équipe projet (ex : design, ergonomie), comment a-t-on une appréciation de la **capacité de ces prestataires à saisir les enjeux de la transition agroécologique**, notamment concernant leurs recommandations ? Il peut y avoir un intérêt de mobiliser des **spécialistes du rôle des outils dans les processus de changement** ?

Avoir recours à un **appui méthodologique pour stimuler l'innovation** ? En quoi cet appui est spécifique à la transition agroécologique ? .

Positionnement

Comment identifier les **acteurs cibles** qui sont vraiment les acteurs de la transition agroécologique ? Quel dispositif mettre en place pour les identifier ?

Dans un processus transition agroécologique un peu long, il y a beaucoup d'outils, une complexité des ressources à mobiliser. Il peut être utile de s'intéresser à cette **diversité de ressources** pour positionner le service au sein de cette palette de ressources utiles à la transition.

Des besoins spécifiques liés à la transition agroécologique

Il y a une sorte d'accord tacite sur la transition agroécologique : l'horizontalité (versus logique descendante de la connaissance) et l'envie que cette contextualisation des problématiques et pratiques doit bénéficier d'une **capitalisation des connaissances et retours d'expérience**. L'horizontalité soulève la question de « qui est légitime » pour reconnaître un statut de connaissance à capitaliser à une connaissance donnée issue d'une ou de plusieurs personnes, et la contextualisation soulève la question de la façon de présenter les connaissances pour qu'elles soient appropriables à bon escient par ceux qui vont les utiliser dans un autre contexte. Comment rendre la capitalisation des connaissances économiquement viable ? Comment rendre transparent pour les

participants la façon dont on gère les deux questions précédentes (horizontalité et contextualisation) ?

Il existe un **décalage entre les besoins entre les conseillers et les agriculteurs** : c'est un point à creuser et évident dans la transition agroécologique (repositionnement des conseillers dans une horizontalité). Pour **accompagner l'usage de ces médias sociaux**, combiner le présentiel et le distanciel, quelles conditions de test prévoir ? Les agriculteurs peuvent ne pas être directement intéressés par une capitalisation informatique des connaissances : ils peuvent plutôt exprimer un besoin de capitalisation d'un réseau qui porte une connaissance distribuée, pas nécessairement organisée selon des critères de scientificité mais peut-être de localisation, de modes de production, etc.

Être précis dans l'expression des besoins. Par exemple, accompagner des expérimentations, ce n'est pas « simplement » adapter des protocoles expérimentaux. Accompagner des expérimentations de nouvelles pratiques, c'est accompagner la prise de risque, aider à prendre du recul par rapport à des échecs, la question de l'émotion a toute sa place ici. Ce point paraît majeur dans la transition agroécologique. Identifier ou faire formaliser à des agriculteurs les manques et besoins "émotionnels" liés à la transition agro-écologique est différent de l'expression, plus classique, des besoins "techniques" et un exercice un peu déstabilisant car nouveau.

Comment capter une éventuelle **évolution des attentes**, en particulier en lien avec l'évolution de la vision et de l'état d'avancement dans la transition agroécologique ? Garder de l'agilité par rapport à la "relation clients", c'est-à-dire la capacité du service à s'adapter à une diversité de dynamiques de changement et d'exploration de nouvelles pistes pour conduire son système agricole.

Prévoir des **tests sur la manière dont l'outil doit contribuer à une dynamique de transition** (pas uniquement sur l'outil en tant que tel). Si l'interface du média social est une chose à travailler (esthétique, fonctionnalités), cela n'est qu'un des volets de l'approche de l'usage du média social. Il faut aussi s'interroger, pour les publics en transition, sur les apprentissages nécessaires, et sur les souhaits d'apprendre en lien avec la communauté réunie autour du média social. Comment faire cette analyse des besoins dans le cas de la transition agroécologique : pour les publics en transition, quels apprentissages sont nécessaires, et comment l'offre va soutenir cela ?

Mais... il y a **aussi des besoins qui ne sont pas spécifiques de la transition agroécologique**. Il faut aussi les prendre en compte.

ATOUTS DES MEDIAS SOCIAUX ET SERVICES ASSOCIES POUR ACCOMPAGNER LA TRANSITION AGROECOLOGIQUE

Des outils favorisant l'horizontalité entre agriculteurs et conseillers.

La **place du collectif** dans la transition agroécologique est importante, pour le partage, l'hybridation des connaissances. Cela pose également des enjeux de modération. Il peut être pertinent de réfléchir à ces interactions en ligne, avec d'autres formes d'interactions (comme des rencontres par exemple). Il paraît utile de préciser cette notion d'interactions. On focalise souvent sur les « acteurs actifs » : ils participent de manière visible (construction de l'outil, recherche d'information ou partage de contenus). On sait aussi qu'il y a **beaucoup d'acteurs qui regardent seulement**. Comment on aide ces acteurs-là ? (faut il chercher à les rendre contributeurs ?)

Des outils pour accompagner les changements de pratiques des agriculteurs ?

D'un point de vue individuel, ces outils peuvent contribuer à l'**auto-apprentissage**. Est-ce que tout le monde arrive à s'en dépatouiller ? en quoi on est en capacité d'évaluer ce qui fonctionne ou pas dans une démarche systémique ? peut-on accompagner, via le média/réseau social ces démarches d'autoapprentissage ?

Penser à la question de la **gestion des risques** ? Comment on gère toute la casse qui a lieu (échecs) ? Tous ces gens qui n'y arrivent pas, comment on les gère ? Les réseaux sociaux mettent rarement en avant les **échecs**, qui pourtant peuvent être riches d'enseignement

Peut on, parmi les outils de suivi, arriver à **suivre les trajectoires des personnes**, un peu pas-à-pas qu'elles sont amenées à faire ? Comment on accompagne le processus de trajectoire ?

Des outils pour partager l'information

Y a t-il une **saisonnalité des contenus** ? Est-ce que la saisonnalité de l'agroécologie est la même que l'agriculture plus classique ? Il faut pouvoir anticiper ces dynamiques pour les structurer. L'anticipation du système provoque peut-être une saisonnalité différente.