

LE WEB 2.0 ET LES RÉSEAUX SOCIAUX DANS UN MEDIA AGRICOLE

par Pierre **Boiteau**¹

Les réseaux sociaux et plus largement les outils permettant aux agriculteurs d'interagir entre eux et avec un tiers (média, organisme, entreprise, etc.) font partie de leur quotidien.

* Nos lecteurs sont présents sur les forums et les réseaux sociaux et ils s'y expriment.

* Notre ligne rédactionnelle est attachée aux nouvelles technologies si elles sont utiles aux agriculteurs.

* Depuis notre création nous sommes un média d'informations et de services qui permet aussi aux agriculteurs d'interagir et de participer sur nos titres Terre-net et Web-agri ; leur parole a une valeur.

Telles sont trois raisons majeures nous incitant à utiliser les forums, les réseaux sociaux et d'autres modes participatifs.

Dans la « génétique » de notre média depuis sa création en 1997, le mode participatif revêt plusieurs formes. Quelques exemples : les forums (interactivité entre lecteurs), les comités de pilotage (faire participer nos lecteurs à la construction et à l'évolution du média), les commentaires de lecteurs sous les articles et les sondages (donner son avis et le voir pris en compte), les "t'chats" (participer, avec le journaliste, à interroger les interviewés), les tribunes et autres articles participatifs (apporter ses idées et les voir publiées)... Sans oublier bien sûr les réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux (Facebook en tête) et plus largement les modes participatifs (les forums professionnels restent à ce jour préférés aux réseaux sociaux par les agriculteurs) permettent à l'agriculteur de s'exprimer.

Pour notre média, ils constituent un outil supplémentaire, permettant :

- un apport d'informations par le lecteur : ce qu'il dit/fait/filme... a de la valeur.
- une utilisation par les journalistes : être en lien avec nos lecteurs et même animer notre « communauté » de lecteurs, réaliser de la veille sur certains sujets, trouver des idées d'articles, tester des idées ou des centres d'intérêts, rentrer en contact avec des agriculteurs ou des experts par exemple pour des témoignages, s'en servir d'outil pour couvrir les infos en direct (surtout Twitter) et intégrer des réactions dans un article... Et aussi pour diffuser nos propres articles et assurer une forme de promotion de nos titres et de notre marque Terre-net Média.

¹ Journaliste, directeur des rédactions Terre-net Média.

Les réseaux sociaux ont amélioré la réactivité des journalistes. Une partie des journalistes, notamment sur l'actualité chaude, estiment même qu'ils ne pourraient plus se passer des réseaux sociaux.

Et le participatif à venir ? Il passe dès maintenant par les datas des outils connectés. Par exemple depuis cette année 2016 des agriculteurs peuvent partager entre eux les données de leur station météo connectée grâce à une appli mobile dédiée (Météus). L'offre intègre une couverture totale (ondes radio pour transmission faible volume) et un besoin d'énergie très faible (durée de vie des piles de 5 ans).

Terre-net Média anticipe par ailleurs dans le cadre de sa R&D (Terre-net Lab) avec les premiers articles immersifs : ils ont déjà permis par exemple à l'agriculteur équipé d'un casque de visiter en vidéo 360° une stabulation, une salle de traite ou un stand de tractoriste sur le Sima 2015.

C'est un format précurseur des futurs articles en réalité virtuelle : Terre-net Média est le premier média français à avoir proposé dès le Sima 2015 un article du futur consacré à un nouveau modèle de tracteur Massey-Ferguson. Imaginez. Equipé d'un casque, assis dans un fauteuil confortable, vous rentrez dans l'article de Terre-net pour observer de plus près un tracteur, découvrir le moteur en images virtuelles 3D, monter dans la cabine et prendre en main le volant... Gadget ? Non. Précurseur de la presse agricole du futur.