



Youtubeurs, instagrameurs et tiktokteurs agricoles

Les agriculteurs connectés : un

“

Internet a investi le quotidien de chacun de nous. Les agriculteurs ne font pas exception, ils sont de plus en plus nombreux à se lancer sur les réseaux sociaux. De ce mariage entre le monde agricole et internet sont nés les "agriculteurs connectés", des exploitants qui utilisent les réseaux sociaux pour faire vivre leur métier.

”



©AdobeStock

L'addition des diverses technologies - à savoir YouTube pour le partage de vidéos longues, et les messageries instantanées pour des échanges quotidiens - a permis aux agriculteurs d'accélérer les partages.

Du smartphone aux objets connectés, tous nos univers, privés ou professionnels, sont de plus en plus connectés. Les agriculteurs ne font pas exception à la règle et nombreux sont ceux qui rejoignent le clan des agriculteurs connectés. Mais qu'est-ce qu'un agriculteur connecté ? C'est un agriculteur qui va utiliser les outils de partage offerts par internet. Cela peut se dérouler de différentes manières et sur différentes plateformes. L'exemple le plus courant est celui des agriculteurs qui créent des chaînes sur le réseau social de partage de vidéos, Youtube. Ce réseau permet à chacun, en se créant un compte, de partager des vidéos sur des sujets variés respectant la charte de la plateforme. Les contenus y sont très divers et depuis quelques années un nouveau type de vidéos est apparu. Ces vidéos sont celles d'agriculteurs de différentes générations qui utilisent la plateforme pour y partager leurs astuces.

Un partage de connaissances

Ce phénomène offre avant tout un véritable partage de connaissances. Il permet aux agriculteurs des quatre coins de la France et même des quatre coins du monde de partager leur vie quotidienne. Mais aussi les problèmes qu'ils rencontrent et par extension les solutions qu'ils peuvent y apporter. Les réseaux sociaux deviennent alors un lieu de partage de connaissances intensif. Comment planter tel ou tel légume ? Quels sont les avantages de telle ou telle nouvelle variété ? Des questions qui ont toujours circulé entre agriculteurs. Mais les réseaux sociaux ont permis de révolutionner ces échanges, devenus plus simples et surtout beaucoup plus rapides. Cette évolution a aussi été permise par la grande quantité de messageries instantanées qui existe aujourd'hui. Être un agriculteur connecté ne se résume pas à regarder ou produire des vidéos.

Ce développement des technologies d'internet dans le monde agricole est aussi largement passé par l'emploi des mails dans un premier temps, complétés petit à petit par des messageries plus instantanées comme Skype, WhatsApp ou même Snapchat qui permettent de partager photos, vidéos et messages à l'aide d'une simple connexion internet. L'addition de toutes ces technologies - à savoir Youtube pour le partage de vidéos longues, et les messageries instantanées pour des échanges quotidiens - a permis aux agriculteurs d'accélérer ce partage. Plus récemment, on a vu également des agriculteurs se tourner sur des réseaux sociaux plus en vogue aujourd'hui : Instagram, TikTok et Twitter. Ces trois géants chinois et américains du web sont les réseaux les plus utilisés avec 300 millions d'utilisateurs actifs pour Twitter, 800 millions pour TikTok et plus d'un milliard pour Instagram. Ces trois plateformes sont différentes mais per-

mettent de partager un type de contenu similaire à savoir un contenu court. Des textes de moins de 280 signes pour Twitter, des photos pour Instagram et des vidéos courtes et animées pour TikTok. Ces nouveaux moyens permettent de produire un contenu nouveau et plus accessible que ce que peuvent proposer les vidéos Youtube. Un contenu souvent moins technique et plus à visée de divertissement, plus accessible à un public non-agricole, public qui est également une cible importante des agriculteurs connectés.

Une réponse à une vision parfois négative du métier

Les réseaux sociaux sont aussi une réponse à la problématique de l'image des agriculteurs. L'image parfois mauvaise qui circule dans notre société est bien souvent due à un manque de connaissance de ce milieu, à des regards éloignés et par conséquent erronés du quotidien de ceux qui remplissent chaque jour nos assiettes. Le phénomène des agriculteurs connectés est une réponse réelle à ce problème. Dans un premier temps, il permet à ceux qui ne le connaissent pas de découvrir le quotidien des agriculteurs. C'est notamment le cas des vidéos Youtube. Dans la Drôme, Gaël Blard, maraîcher bio, et Léo Girard, éleveur ovin, partagent leur quotidien. Chacun a créé sa chaîne sur Youtube "Gael Blard, ma vie de paysan" et "Dessine moi une brebis". Ces youtubeurs, instagrameurs et tiktokteurs agricoles mettent un point d'honneur à rendre divertissant et attractif leur contenu. Par ce biais, ils espèrent effacer la mauvaise image qui leur est souvent donnée. Rétablir la vérité sur leur quotidien mais aussi prendre et conserver une image positive de leur profession au yeux de tous voilà l'une des quêtes majeures de ces agriculteurs connectés. ■

Aubin Luquet, stagiaire en école de journalisme

CHEZ LES JEUNES / La connexion au numérique des agriculteurs se développe chaque jour un peu plus. Et si les exploitants en activité ne sont pas en reste, qu'en est-il des futurs agriculteurs ?

Les agriculteurs de demain, tous connectés ?

Les jeunes en formation au lycée agricole du Valentin, à Bourg-lès-Valence, sont très renseignés sur ces nouveaux canaux de diffusion d'information professionnelle que sont les différentes plateformes de partages en ligne. Venant d'horizons divers, ils sont tous capables de citer au moins une chaîne Youtube traitant de sujets agricoles ou étant tenue par un agriculteur : Thierry agriculteur d'aujourd'hui, Gaël Blard ou encore la chaîne agricole. D'ailleurs, leur utilisation du support Youtube n'est pas uniquement privée. Certains de leurs professeurs utilisent des vidéos afin de les aider dans leurs cours, par exemple une vidéo « tutoriel » expliquant comment nettoyer une moissonneuse-batteuse leur a été présentée dans le cadre de leur enseignement. Mais Youtube

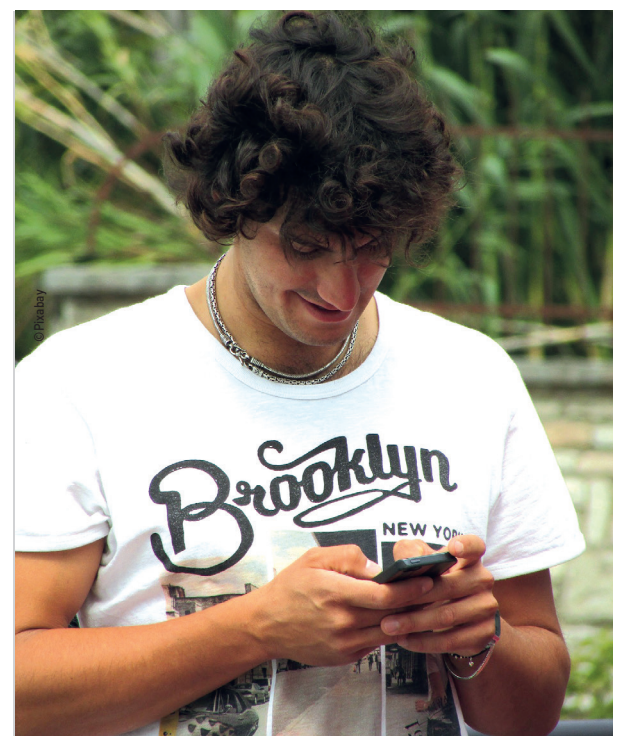
n'est pas la seule plateforme qui les a séduits, ils citent également TikTok, le géant chinois qui permet de proposer des vidéos dans un format plus court, quelques minutes voire moins d'une minute. Des vidéos également plus dynamiques et condensées que l'on peut regarder à l'occasion d'une pause ou le temps d'un repas.

Un complément à la presse écrite

Ces divers moyens d'informations, les jeunes en formation agricole ne les voient pas remplacer la presse écrite spécialisée ou même les revues techniques. Au contraire, ils voient cela comme un complément d'information et une manière de varier les sources d'informations. Les deux supports présentent

pour eux des avantages. D'un côté la presse traditionnelle leur permet de se tenir au courant à une périodicité constante et avec une fiabilité assurée de l'information. De l'autre, le net est une plateforme plus libre qui permet une expression différente mais tout aussi intéressante. Notamment car l'information est imagée : c'est l'avantage de la vidéo, un format qu'ils jugent également « plus vivant et divertissant ». ■

Aubin Luquet, stagiaire en école de journalisme



Les jeunes en formation agricole considèrent les applications numériques comme un **complément d'information à la presse traditionnelle écrite** et une manière de varier les sources d'informations. Les deux supports présentent pour eux des avantages.

nouveau souffle pour l'agriculture



TIKTOK ET INSTAGRAM

La promesse d'une grande audience



Trois millions de vues, c'est le total atteint par l'un des TikTok de Gaël Blard, l'influenceur agricole drômois (lire ci-contre). Ce chiffre phénoménal montre l'étendue de la sphère d'influence que peuvent offrir les deux principaux réseaux de partage de vidéos de la planète. Apparus en 2010 pour Instagram et en 2016 pour TikTok, ces réseaux se sont rapidement démarqués en apportant à leurs utilisateurs des nouvelles formes de contenus : des formats plus concis et plus adaptés afin d'être consommés sur des temps courts.

Une ouverture sur le grand public

Les agriculteurs se sont empressés de prendre en main ces nouveaux canaux de communication. Gaël Blard y a vu une opportunité de diversifier son contenu mais aussi et surtout de toucher un public beaucoup plus large. Ces plateformes sont en effet les deux réseaux sociaux « grands publics » avec un milliard d'utilisateurs pour Instagram et 800 millions pour TikTok. Les contenus déposés bénéficient d'une large visibilité. Ceux publiés par les agriculteurs connectés y seront mieux mis en avant que sur Youtube. La raison est qu'ils sont beaucoup moins classifiés sur Instagram ou TikTok que sur Youtube. En effet, sur Youtube, pour accéder à des vidéos agricoles, on doit dans la plupart des cas les rechercher volontairement. Alors que sur les deux autres réseaux, on peut tomber dessus par hasard dans le flot continu et mélangé des vidéos mises en ligne. Ainsi, n'importe quel utilisateur peut tomber sur des vidéos du monde agricole.

Des formats variés

Ces nouvelles plateformes permettent aussi de créer des formats plus variés avec des vidéos plus courtes, plus rythmées et parfois orientées vers l'humour. Un contenu agricole certes mais adapté aux codes de TikTok et conçu pour plaire au grand public. Une excellente manière de mettre en valeur le quotidien des agriculteurs auprès de personnes qui ne le connaissent que très peu. Une véritable mise en lumière de l'univers agricole français. ■

Aubin Luquet,
stagiaire en école
de journalisme

TÉMOIGNAGE / Maraîcher depuis une dizaine d'années sur la commune de Montmeyran, Gaël Blard s'est lancé il y a six ans sur la plateforme Youtube. On peut le considérer comme l'un des précurseurs des agriculteurs connectés sur les réseaux sociaux.

Gaël Blard, parcours d'un agriyoutubeur

En 2015, il débute sa carrière de youtubeur avec une première vidéo très courte et très simple intitulée "récoltes de tomates industries bio". Cette vidéo est la première d'une importante série tournées sans que l'agriculteur ne se montre à son public. Ce n'est qu'en 2018 qu'il saute le pas et se lance dans les vidéos face caméra expliquant directement son métier aux internautes. A l'origine, Gaël était un consommateur de vidéos sur Youtube, notamment au moment de son installation agricole. Une utilisation alors motivée par une recherche d'information sur des nouvelles cultures et techniques culturales. Il s'est alors rendu compte que ces vidéos assez « simplistes » ne couvraient pas l'ensemble des ses besoins pour l'exploitation. Il décide alors de se mettre lui-même à publier des vidéos montrant l'utilisation de matériels spécifiques. Puis, il introduit une importante nouveauté à son contenu en effectuant sa première vidéo face caméra intitulée : « je déplace mon enrouleur et je vous explique le fonctionnement ». Cette vidéo a récolté plus de 80 000 vues. Une exposition soudaine qui agit comme un déclic pour le jeune homme. « Je me suis dit waouh, les gens sont intéressés par ce que je fais donc je vais continuer », explique-t-il. Il multiplie ainsi les vidéos et atteint pas moins de 60 000 abonnés sur sa chaîne. Mais au-delà de cette notoriété, sa grande fierté sont les 30 % d'abonnés qui ne sont pas issus du milieu agricole.

Faire découvrir un métier passion

La décision d'orienter son contenu pour les personnes non issues du milieu agricole ne s'est pas prise du jour au lendemain. Mais face à ces 30 % de public non agricole, il a saisi l'opportunité de faire passer un message sur son métier. Ce nouveau type de contenu a nécessité une qualité de vidéo impeccable pour plaire au plus grand nombre. C'est pourquoi Gaël s'est équipé de l'arsenal du vidéaste : trois caméras portatives Gopro, un stabilisateur, un micro professionnel, un ordinateur puissant dédié au montage. Du matériel de qualité sans être du matériel très professionnel et trop onéreux.

Agriculteur avant tout

Quand on lui demande comment il se décrit, Gaël Blard emploie le mot « agriyoutubeur », un terme pour signifier qu'il est avant tout un agriculteur et qu'il



Après la publication d'une première vidéo vue plus de 80 000 fois, « je me suis dit waouh, les gens sont intéressés par ce que je fais donc je vais continuer », explique Gaël Blard.

partage son quotidien sur les réseaux sociaux. Youtube reste pour lui quelque chose de très éphémère. Tant que l'on produit du contenu on reste reconnu mais lorsque la source se tarit, on disparaît rapidement des écrans radars. Néanmoins il l'affirme : « Youtube est quelque chose que j'aime. Je me suis vraiment pris à ce jeu, mais ce n'est pas éternel ». Il se considère comme un « influenceur agricole » et s'en est rendu compte « contre son gré » lorsqu'il a mesuré l'impact et le poids que pouvaient avoir ses prises de paroles. Sans citer de situation précise, il prend pour exemple le fait de dire une bêtise et de la voir très rapidement reprise et partagée à grande échelle sur les réseaux. Voici comment Gaël Blard est devenu « Gaël Blard, agriculteur bio agriyoutubeur », influenceur dans la communauté agricole et pas que... ■

Aubin Luquet, stagiaire en école de journalisme