



Agrickathon

Brief – Stop Tabous

Site d'informations grand public objectif et nuancé sur les sujets polémiques au sein de la filière alimentaire

Résumé

Le but de « Stop Tabous » est d'être une plateforme reconnue comme une source de référence, un outil d'informations objectif et factuel sur les sujets polémiques des différents échelons de la filière alimentaire, afin de casser les idées reçues sur la filière et de recréer un climat de confiance avec le grand public.

La plateforme contiendra :



- Un focus sur les sujets « polémiques » aux différents échelons de la filière (production agricole, transformation, distribution...)
- Des formats d'informations complémentaires : un mix d'informations factuelles et de points de vue contradictoires et indépendants
- Un volet collaboratif pour permettre de faire remonter les attentes des consommateurs.

Historique de la démarche

Contexte de la création du projet

L'Open agrifood est un Forum qui a lieu deux jours par an, et qui a pour objectif d'être un lieu de rencontres et d'échanges entre tous les maillons de la filière alimentaire et de promouvoir la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE). Souhaitant inscrire les échanges de la 1ère édition dans des actions concrètes, l'Open agrifood a lancé un « do tank » : l'Open agrifood Initiatives.

Pour initier les travaux de ce « do tank », 4 groupes de travail thématiques ont été lancés en 2015 avec l'objectif d'identifier des projets innovants, porteurs d'avenir pour la filière alimentaire. 16 idées de projets ont émergé et ont été présentées lors de la séance collaborative de l'édition 2015 du Forum.

Ces projets ayant soulevé de nombreuses marques d'intérêt de la part de décideurs de la filière, 9 d'entre eux sont entrés, début 2016, en phase d'incubation.

Le projet « Stop Tabous » est issu du groupe de travail « Avancer avec l'agroalimentaire 3.0 ». Un nouveau groupe de travail constitué d'une vingtaine d'acteurs s'est constitué en 2016 afin d'incuber ce projet. Cette phase d'incubation a permis non seulement de définir le positionnement stratégique du projet, mais aussi de détailler les grandes étapes du plan d'actions pour la mise en œuvre opérationnelle du projet en 2017.

Acteurs impliqués en 2015 et 2016

Le mapping ci-dessous présente l'ensemble des acteurs impliqués dans l'émergence (2015) et l'incubation (2016) de ce projet.



Contexte et problématique

Depuis quelque temps, on observe une défiance croissante de la part du grand public envers la filière alimentaire, accentuée par une déconnexion entre le consommateur et la fabrication des produits, et une communication médiatique systématiquement à décharge.

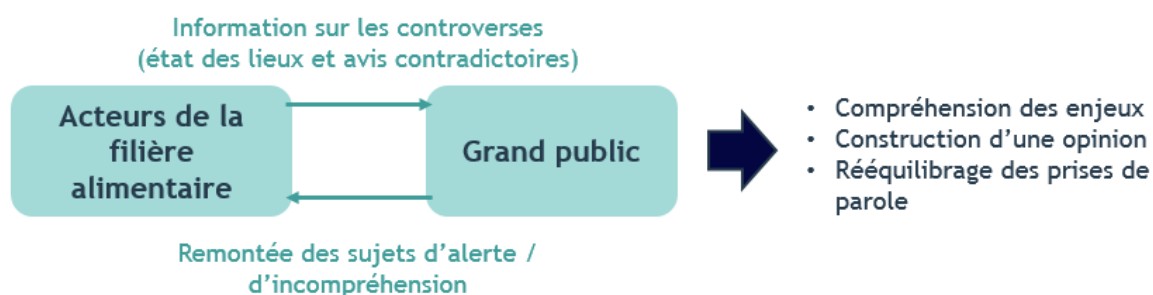
En effet, seulement 55 %¹ des Français ont une image positive de l'alimentaire, et 30 %¹ ont renoncé à acheter un produit suite à des commentaires négatifs trouvés sur Internet.

Impacts attendus

Les objectifs de cette plateforme sont de :

- Capitaliser sur le potentiel du numérique pour donner une information crédible et objective aux consommateurs
- Casser les idées reçues sur la filière en donnant la parole aux acteurs
- Accélérer la reconnexion avec le consommateur.

Fonctionnement



Pour chaque information, les utilisateurs auront accès à plusieurs types d'éclairages :

- Un **état des lieux de la polémique / controverse** (« **Comprendre les fondamentaux** ») basé sur du fact checking : informations factuelles et chiffres-clés avec des formats variés et pédagogiques, ainsi que des sources d'information pour aller plus loin
- Des **tribunes** des acteurs concernés par le sujet : des avis incarnés et potentiellement divergents
- Une **revue de presse** avec les articles et actualités sur le sujet.

Les utilisateurs pourront faire remonter les sujets sur lesquels ils souhaitent avoir de l'information en répondant à des sondages (ex : vote sur une proposition de 10 sujets).

¹ Source : Baromètre « Les Français et l'alimentation » 2015 Ania/OpinionWay

Exemple d'utilisation

L'exemple ci-dessous présente un certain nombre de fonctionnalités, à vous de choisir celles que vous voulez développer pendant l'Agrickathon. Vous êtes bien sûr autorisés, voire encouragés à apporter d'autres fonctionnalités si vous avez des idées.

Catherine a vu à la télévision 5 minutes d'une émission sur les OGM. N'y connaissant pas grand-chose, elle décide de s'informer davantage. Elle se rend alors sur la plateforme « Stop Tabous ». Sur la page d'accueil, certains sujets lui sont proposés mais pas celui qui l'intéresse.



Elle utilise donc la barre de recherche et cherche le sujet « OGM ». Lui sont alors proposés un certain nombre de contenus : elle lit d'abord l'état des lieux de la polémique, puis les différentes tribunes d'acteurs de la filière alimentaire qui ont des avis prononcés et variés, ce qui lui permet de se faire son propre avis sur la question, et parcourt ensuite la revue de presse.

Elle retourne ensuite sur la page d'accueil pour voir quels sont les sujets du moment, remontés par les internautes. Un des sujets proposés concerne le bien-être animal. Intéressée par ce sujet, elle clique dessus.



LE BIEN-ÊTRE ANIMAL : OÙ EN EST-ON ?

COMPRENDRE LES FONDAMENTAUX

CHIFFRES CLÉS

65 % ...
3/4 ...
352 ...



Infographie

QUELQUES FAITS

- ✓ _____
- ✓ _____
- ✓ _____

RESSOURCES UTILES



Vidéo en 3 minutes

Sites de référence

- [Interbev](#)
- [Ministère de l'agriculture](#)
- [CIWF](#)
- [L214](#)

LES DERNIERES TRIBUNES

Blog Résonnances :
« Comment élève-t-on les veaux de boucherie en France ? »

Interview : le président de l'association interprofessionnelle prend la parole

Thierry Dupont, éleveur de volaille : « Ce que je fais au quotidien pour mes animaux »

REVUE DE PRESSE

Le Monde.fr : « Des caméras dans les abattoirs pour lutter contre les maltraitances animales »

L214 : « Matines : dans l'enfer des cages »

Envoyé Spécial : « Vivre sans consommer de matière animale »

Elle arrive ainsi sur la page dédiée au bien-être animal. 3 types de rubriques lui sont proposées : « Comprendre les fondamentaux », « Les dernières tribunes » et « Revue de presse ».

Interpellée par la position des acteurs sur le sujet, elle accède aux les tribunes (certaines sont des articles, d'autres des vidéos), et va visionner l'avis d'un éleveur de volaille. Elle accède ensuite à un autre avis correspondant à un contenu d'un site externe, celui du blog Résonnances.

Curieuse du nombre d'articles récents sur ce sujet, elle va consulter la revue de presse et constate que plusieurs journaux et émissions ont abordé le sujet ces dernières semaines.

Enfin, voulant en savoir plus sur l'origine de la polémique, elle accède à la rubrique « Comprendre les fondamentaux » et consulte les chiffres-clés sur le sujet ainsi qu'une vidéo pédagogique explicative.

Elle revient alors sur la page d'accueil et répond au sondage sur les sujets qui lui semblent prioritaires. Parmi les 10 choix proposés, elle répond qu'elle souhaiterait de l'information sur le sujet des pesticides.

Précisions propres à l'Agrickathon

Pour l'Agrickathon, aucune charte graphique n'est requise, vous avez donc carte blanche. Seul le logo de l'Open agrifood est à faire apparaître pour permettre à l'internaute d'accéder au site de l'association. Par ailleurs, nous vous fournirons un jeu de données contenant différents exemples de contenus que vous pourrez utiliser pour réaliser la version beta de la plateforme et nous proposer une démonstration à la fin de la compétition.

Nous vous demandons de développer une plateforme simple d'utilisation pour encourager le grand public à avoir recours à « Stop Tabous » : il est donc essentiel que la plateforme soit la plus intuitive possible.

Pour aller plus loin

Contacts :

Pour toute question sur l'Agrickathon, vous pouvez contacter Louis JAUNEAU : ljauneau@greenflex.com

Pour les questions sur les projets, vous pouvez contacter Alexandre GUINET : aguinet@greenflex.com

Suivez l'Agrickathon :



Sur l'évènement Facebook :

<https://www.facebook.com/events/1118155354907117/>



Sur le compte twitter de l'Open agrifood : <https://twitter.com/OAgrifood>
Avec le #Agrickathon