



**HAL**  
open science

# Faire bloc. La contre-mobilisation agricole face à la critique environnementale dans l'espace public numérique

Brunier Sylvain, Baptiste Kotras

## ► To cite this version:

Brunier Sylvain, Baptiste Kotras. Faire bloc. La contre-mobilisation agricole face à la critique environnementale dans l'espace public numérique. Sociologie, 2024, 15 (2), pp.147-170. <hal-04867905>

**HAL Id: hal-04867905**

**<https://cnrs.hal.science/hal-04867905v1>**

Submitted on 6 Jan 2025

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire HAL, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

**Rubrique de destination :**

« Enquêtes »

**Titre :**

Faire bloc. La contre-mobilisation agricole face à la critique environnementale dans l'espace public numérique

**English Title:**

Working Together, Joining Forces. Agricultural Counter-mobilisation against Environmental Criticism in the Digital Space.

**Auteurs :**

Brunier Sylvain, Centre de sociologie des organisation (Sciences Po / CNRS)

Kotras Baptiste, Laboratoire interdisciplinaire sciences innovations société (Université Paris Est/INRAE)

**Adresse de correspondance :**

sylvain.brunier@sciencespo.fr

baptiste.kotras@gmail.com

**Résumé :**

Au cours des dernières années, l'agriculture est devenue un point de plus en plus "chaud" dans les controverses environnementales. Avec une visibilité nouvelle dans les médias traditionnels comme sur les réseaux sociaux, nombre de militants et organisations dénoncent les effets destructeurs de l'intensification des modes de production agricole sur la santé humaine, les conditions de vie des animaux d'élevage, la biodiversité et le climat. Dans ce papier, nous étudions le déploiement, dans l'espace public numérique, d'une forme de contre-mobilisation en réponse à ces dénonciations. Cette contre-mobilisation repose sur l'activation de solidarités entre agriculteurs et professionnels para-agricoles, mus par une expérience partagée de la critique et le projet commun d'y répliquer. L'analyse de la transformation des mécanismes de représentation des mondes agricoles permet ainsi de relativiser l'opposition classique entre l'action stratégique et discrète de lobbying, coordonnée et orchestrée par les acteurs économiques dominants, et l'action décentralisée et spontanée des mouvements sociaux en ligne, qui évoluent de façon fluide, sans structures ni dirigeants.

**Abstract:**

In recent years, agriculture has become an increasingly "hot" topic in environmental controversies. Gaining a new visibility in traditional media as well as in social networks, many activists and organisations criticize the destructive effects of the intensification of agricultural production on human health, the living conditions of farm animals, biodiversity and the climate. This paper examines the deployment of a form of counter-mobilisation in the digital public sphere in response to this criticism. This counter-mobilisation relies on the production of solidarities between farmers and para-agricultural professionals, driven by a shared experience of criticism and a common project of responding to it. We analyze the transformation of political representation in the farming world, and question the classic

opposition between the strategic and discrete action of dominant corporate actors, and the spontaneous action of leaderless online social movements.

**Mots-clés :**

agriculture ; environnement ; contre-mobilisation ; numérique

**Keywords :**

Agriculture ; Environment ; Counter-mobilization ; Digital

## Faire bloc

### La contre-mobilisation agricole face à la critique environnementale dans l'espace public numérique

La montée en puissance de la critique écologique a généré de puissants contre-mouvements de défense de l'industrie, sur de nombreux terrains : énergies fossiles, grands projets de construction, agro-industrie, etc. Ces contre-mouvements, au sens de Clarence Lo - "*a movement mobilized against another social movement*" (Lo, 1982, p. 118) -, sont porteurs de projets moraux, politiques et techniques propres. Plusieurs travaux ont ainsi montré l'intérêt de considérer de façon dialectique les mouvements sociaux et les contre-mouvements qu'ils génèrent (Mottl, 1980). Meyer et Staggenborg (1996) montrent en particulier que les succès des uns peuvent paradoxalement dynamiser les autres, ou encore décrivent les logiques isomorphes entre mouvements opposés, en termes de répertoires d'action ou de formes d'organisation interne. En comparaison d'autres cas classiques de cette littérature (droit à l'avortement, droits civiques), l'émergence de la question environnementale menace directement les intérêts économiques d'acteurs puissants, capables de déployer des moyens considérables (Staggenborg & Meyer, 2022). Une ample littérature s'est ainsi consacrée à décrire les efforts de l'industrie pour produire de l'ignorance, en fragilisant le consensus scientifique sur le réchauffement climatique (Brulle, 2020; Oreskes & Conway, 2010). Parmi la variété des modes d'action des grandes firmes dans l'espace politique (Walker & Rea, 2014), l'un d'entre eux consiste également à impulser des mobilisations locales, qui enrôlent des acteurs de la société civile (Walker, 2014), à l'image des mouvements des travailleurs de l'industrie forestière engagés contre les projets de conservation, qualifiés de "quasi-astroturf" (Tindall *et al.*, 2021).

Nous nous penchons dans cet article sur le cas de l'agriculture française, devenue un point de plus en plus "chaud" des controverses environnementales. Avec une visibilité croissante, dans les médias traditionnels et numériques, nombre de militants et organisations dénoncent les effets destructeurs de l'intensification des modes de production agricole sur la santé humaine, les conditions de vie des animaux d'élevage, la biodiversité et le climat. Face à ces critiques, peu de travaux se sont intéressés aux contre-mobilisations du secteur agricole. Dans la perspective d'une sociologie des mobilisations de groupes dominants (Agrikoliansky & Collovald, 2014), différents travaux ont mis en évidence les stratégies de certains acteurs pour éviter des régulations trop contraignantes de leur activité, ou défendre leur image auprès du grand public. Depecker et Déplaudé (2021) analysent par exemple les efforts de l'industrie agroalimentaire pour structurer l'agenda public sur les enjeux de nutrition. Foucart *et al.* (2020) décrivent eux comment les "trolls pro-Monsanto" prennent sur Twitter la défense de l'industrie des pesticides. Les oppositions à la critique sociale et environnementale sont ici analysées "par en haut", en se focalisant sur l'action stratégique des acteurs les plus puissants. Si cette approche s'efforce de documenter des phénomènes peu visibles (lobbying, conflits d'intérêt, *ghostwriting*...), elle ne permet pas d'envisager que la défense de l'agro-industrie soit soutenue par un mouvement social doté d'une autonomie et d'une revendication de justice propres.

D'autres travaux montrent que, bien que contesté, le principal syndicat agricole - la FNSEA - continue de jouer un rôle central dans la défense de la profession : elle mobilise ses ressources pour influencer sur des controverses (Levain, 2016), et déclenche des campagnes médiatiques à partir de ses propres mots d'ordre (Sencébé, 2021). D'autres organisations et réseaux agricoles, techniques et économiques, sont capables d'internaliser la critique pour contribuer à un "nouvel esprit du productivisme" (Fouilleux & Goulet, 2012). Pour autant, peu s'attachent à caractériser précisément le contenu politique de ce "productivisme". Plus encore, les modalités concrètes de coordination entre des acteurs aussi hétérogènes que des grands groupes industriels, des organisations professionnelles, et des exploitants individuels, restent très peu documentées.

Nous nous intéressons dans cet article à l'action des professionnels des mondes agricoles qui prennent la parole sur les réseaux sociaux pour défendre leurs pratiques face à la critique environnementale : agriculteurs, salariés agricoles mais aussi employés de firmes en amont et en aval de l'exploitation agricole (coopératives, entreprises de l'agrochimie, vétérinaires, startups technologiques, etc.). Alors que le web social a élargi les frontières de l'espace public et facilité la mise en réseau et la coordination de collectifs politiques (Cardon, 2010), nous cherchons à comprendre comment, sur Twitter et en dehors, s'élabore un contre-discours qui défend et revalorise l'agriculture face aux critiques qui lui sont faites.

Dans le domaine agricole, un certain nombre de contributions ont commencé à étudier les usages des médias sociaux par les agriculteurs<sup>1</sup>, pour l'échange de connaissances (Mills *et al.*, 2019; Phillips *et al.*, 2018), ainsi que la vulgarisation du métier, sur fond de critique environnementale montante (Knook *et al.*, 2022; Rénier *et al.*, 2022; Riley & Robertson, 2021). Ces travaux délaissent cependant largement le travail politique en ligne des mondes agricoles et leurs efforts d'occupation de l'espace public. Au-delà de ce monde social, une abondante littérature décrit les usages politiques des médias sociaux (Bastard *et al.*, 2017; Chavalarias *et al.*, 2019; Greffet, 2023), notamment à droite de l'échiquier politique (Gimenez & Voirol, 2017), mais souvent sans s'intéresser à la dimension professionnelle de ces mobilisations. D'autres travaux ont également expliqué le succès des mouvements de droite par leurs ressources matérielles et organisationnelles supérieures (Schradié, 2019; Staggenborg & Meyer, 2022), transposant ainsi en contexte numérique l'approche stratégiste des travaux sur l'industrie cités plus haut.

Comment la contre-mobilisation des mondes agricoles se déploie-t-elle dans l'espace public numérique et en dehors, et avec quelles conséquences sur la représentation des mondes agricoles ? En qualifiant les dynamiques observées sur Twitter comme des contre-mouvements, nous cherchons à prendre au sérieux une entreprise politique et morale qui pour les acteurs étudiés se vit comme un combat pour la justice (Boltanski, 1990) : la contre-mobilisation naît de l'expérience partagée de la critique, simultanément vécue sur les plans politique et intime, et dénonce cette critique comme injuste, mal informée, voire malhonnête. Comme proposé par Cyril Lemieux (2018), plutôt que de se limiter à l'analyse des "intérêts" et des "stratégies" (que les acteurs s'imputent déjà mutuellement dans le cours de leurs controverses), nous chercherons à rendre compte des coopérations pratiques et cohérences idéologiques qui animent la contre-mobilisation agricole. L'enquête que nous présentons ici donne ainsi à voir une mobilisation "par le bas", endogène, relativement autonome vis-à-vis

---

<sup>1</sup> Selon l'étude Agrinautes, 7 agriculteurs sur 10 disposaient en 2020 d'un smartphone et 86% d'entre eux utilisaient internet quotidiennement.

des grands intérêts organisés. Cette contre-mobilisation contribue ainsi à redéfinir la *représentation* des mondes agricoles, à la fois au sens de la représentation politique (i.e. : qui parle pour l'agriculture, et pour en dire quoi ?), mais également du "travail de classement et de découpage qui produit les configurations intellectuelles multiples par lesquelles la réalité est contradictoirement construite par les différents groupes qui composent une société" (Chartier, 1989, p. 1514).

Pour le comprendre, nous avons réalisé une enquête articulant analyse de données en ligne et méthodes qualitatives classiques (entretiens et observations d'événements publics). Nous avons constitué et analysé deux corpus de 123 722 et 347 324 tweets respectivement, publiés entre le 1 janvier 2017 et le 31 décembre 2021, à partir des mots-clés "agribashing"<sup>2</sup> et "France AgriTweets"<sup>3</sup>, deux points de ralliement des contre-mobilisations agricoles dont nous relaterons l'émergence et la diffusion. Nous avons collecté les auto-descriptions ("biographies") des 5% de comptes Twitter les plus actifs de chaque corpus, sur lesquelles nous avons appliqué un codage inductif pour classer les identités professionnelles et ancrages idéologiques. Nous avons procédé à l'analyse des réseaux d'interactions entre ces comptes, ainsi qu'à des analyses sémantiques des termes les plus spécifiques aux différents groupes identifiés. Nous avons en outre réalisé une vingtaine d'entretiens auprès de professionnels variés des mondes agricoles (agriculteurs, techniciens, chargés de communication, hommes et femmes, de générations différentes), impliqués dans la contre-mobilisation, parmi les utilisateurs de Twitter les plus actifs dans les deux corpus étudiés<sup>4</sup>. Nous avons également collecté et analysé des documents professionnels liés à la communication des mondes agricoles dans les années 1990 à 2010. Enfin, nous avons observé plusieurs salons et événements professionnels où nos enquêtés étaient présents.

Nous retraçons dans une première partie l'émergence de collectifs en ligne autour des sujets agricoles sur le web français à partir des années 2010. Dans un second temps, nous étudions la manière dont les mobilisations contre l'"agribashing" débordent le cadre syndical initial et participent à la subjectivation commune des professionnels des mondes agricoles et para-agricoles. Enfin, nous analysons, autour du collectif "France AgriTweets", la sédimentation d'un monde social commun et de nouveaux répertoires d'action qui transforment la représentation politique des mondes agricoles.

## **1 Prendre la défense de l'agriculture : deux histoires parallèles**

Depuis les années 1990, la critique environnementale de l'agriculture s'est à la fois accrue et élargie. Portée par des acteurs de plus en plus nombreux et souvent extérieurs à l'agriculture (ONG, associations locales, lanceurs d'alerte, médias, élus), la dénonciation du productivisme agricole a gagné une visibilité nouvelle dans l'espace médiatique national et généraliste. En réaction, des acteurs variés des mondes agricoles introduisent l'idée qu'il faut désormais s'adresser directement au grand public pour défendre leurs modes de production, leurs manières de travailler et leurs identités professionnelles. Cet "impératif communicationnel"

---

<sup>2</sup> Corpus constitué le 14/09/2022 via l'accès "*academic*" à l'API de Twitter avec la requête : agribashing OR "agri bashing" OR agri-bashing.

<sup>3</sup> Requête : "France AgriTweets" OR franceagritweets OR "france agritweets" OR fragritweets OR fragtw. Ces deux archives sont exhaustives à date mais comportent un certain nombre de limites structurelles ; certains comptes ont pu entre temps être supprimés ou protégés par leurs auteurs, voire suspendus par la plateforme.

<sup>4</sup> Voir tableau récapitulatif (**Annexe 1**).

(Neveu, 2011) s'enracine dans deux histoires parallèles : l'une est pilotée directement par les organisations professionnelles agricoles ; l'autre émerge de façon contingente autour d'un réseau affinitaire en ligne, France AgriTweets.

A. Les organisations professionnelles agricoles, de la communication de crise à la "communication positive"

A la fin des années 1990, la crise de la vache folle (et, dans une moindre mesure, celle des OGM) constitue le point de départ d'une préoccupation croissante des mondes agricoles pour leur communication auprès du grand public. L'ampleur du scandale et son retentissement médiatique considérable (Nollet, 2015) marquent durablement les professionnels de l'agriculture qui déplorent la méconnaissance de leur métier, et le "fossé énorme" qui sépare les agriculteurs du reste de la population<sup>5</sup>. En réponse, une série d'initiatives tente de redorer le blason d'une profession peu habituée au regard des médias généralistes et inquiète de la défiance croissante du grand public. Les services de communication des différentes organisations professionnelles agricoles (syndicales, techniques, coopératives, interprofessionnelles) se réunissent à partir de 2006 au sein de l'Agence française pour l'information et la communication agricole et rurale (AFICAR), agence publique présidée par l'ancien ministre de l'Agriculture Philippe Vasseur. La même année, plusieurs professionnels de la communication agricole rédigent un livre blanc, édité par la Société des Agriculteurs de France (SAF), critique d'une communication tantôt réactive, liée à des crises médiatiques, tantôt événementielle et faite de "coups médiatiques sans lendemain", à l'image de la Grande Moisson, action organisée en 1990 par les Jeunes Agriculteurs sur les Champs-Élysées. Les communicants qui rédigent ce rapport préconisent "*un changement d'état d'esprit, de ton, de style de communication en affichant de l'optimisme, de l'humour suscitant l'envie et la fierté d'être agriculteur*" (SAF, 2006, p. 14).

L'AFICAR peine cependant à réaliser ses missions, chaque organisation membre préservant d'abord son autonomie budgétaire propre, au détriment de la contribution au fonds commun<sup>6</sup>. L'association périlite donc rapidement, et disparaît deux ans après sa création. L'idée d'une plateforme de communication commune est néanmoins relancée en 2016 : elle réunit initialement onze organisations nationales dont la FNSEA, les Jeunes agriculteurs, les Chambres d'agriculture, les coopératives, les négociants, les semenciers, les constructeurs de machines agricoles, et les producteurs de pesticides et d'engrais. Animée par le réseau FARRE<sup>7</sup>, la plateforme est baptisée *Agridemain*. Elle promeut l'agriculture dans son ensemble et sa modernité (notamment technologique), pour ne pas être "seulement dans la défensive"<sup>8</sup>, reprenant de fait les préconisations du livre blanc de la SAF. Christiane Lambert, qui devient présidente de la FNSEA en 2017 et qui avait présidé FARRE de 1999 à 2005, joue ici un rôle moteur. L'association Agridemain dispose d'un budget annuel d'environ 500 000€. Pour "porter la voix des agriculteurs", elle structure un réseau d'agriculteurs "ambassadeurs" - recrutés notamment parmi les adhérents de la FNSEA et des JA - formés à la communication médiatique et numérique, chargés notamment d'occuper le terrain des médias sociaux

<sup>5</sup> Terme employé par un éleveur interviewé dans le cadre du dossier "ESB : radioscopie d'une tourmente" publiée par l'INRA en 2004 (Le Pape, 2004).

<sup>6</sup> Entretien avec l'ancien directeur de la communication d'une organisation professionnelle agricole.

<sup>7</sup> Forum des Agriculteurs Responsables Respectueux de l'Environnement, créé en 1993 sous l'égide de la FNSEA et de firmes de l'agrofourmiture (Mayance, 2020).

<sup>8</sup> Interview de Luc Smessaert, coordinateur de la plateforme #agridemain, février 2016, URL : <http://www.agriculteur-aisne.com/public/index.php?a=article&codeArticle=O89ZVDY2>

(YouTube et Twitter). L'ambition est également de s'associer lors d'événements ponctuels avec des mondes professionnels connexes et socialement valorisés : la gastronomie française, la recherche et l'innovation numérique.

### B. France AgriTweets : l'émergence d'un réseau affinitaire en ligne

En parallèle de cette histoire institutionnelle, une communauté d'individus "passionnés" d'agriculture se structure en effet progressivement, en particulier sur la plateforme Twitter<sup>9</sup>. Un premier réseau émerge spontanément entre 2012 et 2016, sur le modèle des communautés affinitaires du web : le plaisir d'échanger sur un sujet commun, avec des interlocuteurs qui au fil des discussions et du temps passé deviennent des "habitués", structure progressivement un collectif informel (Jouët, 1989; Rheingold, 2000). Ces échanges en ligne se prolongent et s'enrichissent à partir de 2013 par des rendez-vous physiques, à l'occasion de salons professionnels, des "tweet-apéros" qui sont l'occasion de mettre des visages sur les pseudonymes de leurs interlocuteurs au quotidien.

Ces rencontres répétées débouchent en 2017 sur la création de l'association France AgriTweets, qui revendique de réunir agriculteurs et salariés para-agricoles pour la promotion "apolitique et asyndicale" de l'agriculture française<sup>10</sup>. La visibilité rapidement acquise par ces acteurs tient au départ au fait qu'ils remplissent selon eux un vide : au début des années 2010, peu de professionnels de l'agriculture ont investi les médias sociaux. C'est par exemple le cas d'Inès : embauchée comme assistante administrative dans une coopérative du nord de la France à la fin des années 2000, elle découvre alors le monde agricole. Afin de se familiariser avec son nouveau monde professionnel, elle entreprend une veille sur les réseaux sociaux sur les sujets agricoles, et repartage de nombreux articles sur un compte Twitter personnel, sous pseudonyme. Ce compte acquiert rapidement une visibilité importante, et Inès, pourtant sans formation initiale en communication, hérite en 2015 de l'animation des réseaux sociaux pour le compte de son employeur. Cette trajectoire, similaire à d'autres racontées lors d'entretiens, témoigne de la faible structuration en ligne des mondes agricoles et de l'espace d'opportunités qui s'ouvre alors sur les médias sociaux pour des acteurs sans autre mandat que leur "passion" pour les sujets agricoles.

La communauté agricole sur Twitter se structure également par antagonisme avec la critique environnementale de l'agriculture. Tous les entretiens expriment le sentiment, à l'époque, d'être acculé, cerné par des critiques multiples, portées par des acteurs largement majoritaires sur le web, perçus comme structurés, organisés et disposant d'importants relais médiatiques et politiques. L'appartenance au collectif naît ainsi de cette expérience partagée de la critique et de la contradiction portée collectivement à ces adversaires politiques. Dans cet espace potentiellement hostile, qu'ils perçoivent comme dominé par une critique radicale voire malhonnête de leur activité, ces individus se reconnaissent mutuellement parce qu'ils s'efforcent de répliquer aux "attaques". Un agriculteur raconte :

On se prenait des scuds en permanence. [...]. Dès qu'on a commencé à réagir, à montrer ce qu'on pouvait faire et ainsi de suite, y a des gens qui ont commencé à douter, hein. [...] Comme les médias prennent les infos qu'on leur donne, si on leur donne pas d'infos, bah ils prennent que les infos qu'on trouve pas bonnes quoi. Donc il faut occuper l'espace. Et Twitter c'est l'outil

---

<sup>9</sup> Nous laissons ici de côté le réseau des "Agri-Youtubers", étudiés notamment par Louis Rénier et ses coauteurs (2022), bien que certains soient aussi membres de FranceAgriTweets.

<sup>10</sup> Source : <https://franceagritweets.com/>

magique pour ça, parce que évidemment tous les médias sont dessus, repèrent les trucs et donc quand vous réagissez à Générations Futures ou ainsi de suite, ils voient que... [...] il existe des avis différents, et ça c'est... évidemment ça intéresse le journaliste.<sup>11</sup>

Cet enquête théorise ainsi une forme de lutte *en public* : répondre aux tweets de ses adversaires vise moins à les faire changer d'avis qu'à faire exister une contradiction à la critique environnementale et aux ONG qui la portent. Dans un espace notoirement investi par les journalistes et les médias, il s'agit de rendre visible un contre-mouvement. Cependant, la norme collective qui émerge progressivement consiste à éviter autant que possible le conflit frontal, pour déployer une communication du "quotidien", par laquelle les agriculteurs du groupe donnent à voir leurs pratiques, leurs champs, leurs bêtes. S'il s'inscrit dans un processus indépendant des transformations de la communication institutionnelle décrites précédemment, le collectif qui donne naissance à France AgriTweets en partage quelques principes fondamentaux : la nécessité de s'adresser au grand public pour faire pièce à la critique environnementale, et la promotion d'une communication voulue pédagogique, fondée sur le quotidien et la mise en scène des pratiques professionnelles ordinaires (Riley & Robertson, 2021). Les deux histoires parallèles montrent ainsi l'existence d'une préoccupation partagée des mondes agricoles, pas uniquement institutionnelle, pour leur communication et leur relation au grand public, que va mettre à l'épreuve la controverse sur l'"agribashing".

## **2 La controverse sur l'agribashing, catalyseur de la contre-mobilisation**

Le terme *agribashing* surgit dans l'espace public en 2018 et acquiert rapidement une visibilité importante dans les médias traditionnels comme sur les réseaux sociaux. Ce néologisme, utilisé dès 2016 par des représentants syndicaux et des consultants, entend qualifier la critique injuste dont seraient victimes les agriculteurs de la part des défenseurs de l'environnement et du bien-être animal. Le terme appelle reconnaissance et réparation pour une profession dont la réputation serait ainsi injustement entachée. L'enjeu du débat se déplace ainsi depuis les pratiques et modèles productifs vers les qualités morales des agriculteurs et de ceux qui les critiquent. Sur Twitter, le débat sur l'agribashing agit comme un catalyseur de la contre-mobilisation : au-delà du rôle de la FNSEA et des batailles médiatiques, il contribue à une subjectivation commune des agriculteurs et salariés des mondes productifs agricoles.

### **A. Au-delà de l'antagonisme entre la FNSEA et les écologistes**

La diffusion en 2016 sur France 2 du magazine *Cash Investigation* consacré aux dangers des pesticides marque un tournant médiatique : la visibilité, à une heure de grande écoute et sur une chaîne du service public, de la critique des effets des pesticides sur la santé des enfants, constitue un choc pour nombre d'acteurs interviewés. A l'échelle individuelle, ils sont plusieurs à mentionner les "vocations" suscitées par ce reportage perçu comme entièrement à charge : un "agri-youtuber", également actif sur Twitter, raconte ainsi avoir créé sa chaîne YouTube très peu de temps après, pour répliquer en donnant directement à voir ses pratiques au grand public. Au niveau collectif, un consultant raconte en entretien l'ambiance "*post-traumatique*" d'une réunion rassemblant des communicants du monde agricole, deux mois après le reportage, pour élaborer une stratégie de réponse. La FNSEA Grand Bassin parisien, organisation représentant les intérêts des exploitants en grandes cultures, commande en juillet 2018 un rapport intitulé "Le monde agricole face au défi de l'agribashing", qui insiste -

---

<sup>11</sup> Entretien avec François, céréalier dans le centre de la France, réalisé en septembre 2021.

une fois encore - sur la nécessité pour le monde agricole d'entrer "en communication directe avec les citoyens-consommateurs", de manière "positive", en parlant de "valeurs", et non "d'arguments techniques ou économiques"<sup>12</sup>. Le terme d'agribashing est également utilisé de manière plus conflictuelle, notamment par Gilles Rivière-Wekstein, fondateur du média *Agriculture & Environnement* et adversaire résolu de l'écologie politique.

Le terme est ensuite largement repris à la fin de l'année 2018 par la FNSEA, qui en fait un thème central de la campagne pour les élections professionnelles. En février 2019, c'est le ministère de l'Agriculture lui-même qui officialise cette terminologie à l'occasion du Salon international de l'Agriculture, où le stand ministériel se pare d'une grande banderole "Ensemble contre l'agribashing". Le succès politique est tel que c'est au nom de la lutte contre l'agribashing qu'est créée le 3 octobre 2019 la cellule de gendarmerie "Demeter", dont l'action englobe la répression des "actes crapuleux" (vols, intrusions, etc.) et des "actes de nature idéologique", notamment de "dénigrement du milieu agricole"<sup>13</sup>. En l'espace d'un an, l'agribashing est devenu un étendard dans lequel se reconnaissent des acteurs très variés, et un élément central du débat public sur l'agriculture.

Pour analyser la carrière de ce terme dans l'espace public numérique, nous avons constitué un corpus exhaustif des 123 722 tweets comportant ce mot-clé, publiés entre le 1er janvier 2017 et le 31 décembre 2021, publiés par 31 106 comptes Twitter distincts. Tirant parti de la loi de puissance qui régit habituellement l'expression en ligne<sup>14</sup>, nous avons ensuite échantillonné notre corpus en conservant uniquement les tweets et biographies des 5% de comptes les plus actifs (n=1600), à l'origine de 52% des tweets du corpus initial. Cet échantillon donne ainsi à voir la fraction la plus mobilisée du corpus. Nous avons ensuite appliqué plusieurs codages qualitatifs à partir de ces biographies afin de positionner les acteurs sur le plan social et politique. Ces auto-descriptions constituent nécessairement un matériau parcellaire et fragmenté, où ne se donne à voir qu'une facette des identités des acteurs (Cardon, 2008), mais elles permettent néanmoins de caractériser les publics qui s'expriment sur Twitter à partir des rôles sociaux qu'ils y endossent (Beuscart, 2017). Comme le montre la figure ci-dessous, les acteurs de notre corpus remplissent souvent leurs biographies de manière factuelle, en particulier les agriculteurs et les agricultrices.

---

<sup>12</sup> Fougier, E., 2018, "Le monde agricole face au défi de l'agribashing" [synthèse du rapport], p.11-12, URL : <https://www.fnsea-bassin-parisien.fr/2018/09/24/synthese-du-rapport-sur-le-monde-agricole-face-a-lagribashing-par-eddy-fougier/>

<sup>13</sup> Cette dernière dimension est particulièrement critiquée par les ONG écologistes et la Confédération Paysanne. Elle a été jugée illégale par le tribunal administratif de Paris, saisi par l'association L214, le 01/02/2022.

<sup>14</sup> Aussi appelée "Loi de Pareto", cette régularité empirique du web social caractérise d'innombrables espaces en ligne où une minorité de locuteurs produit l'essentiel des discours et reçoit l'essentiel de la visibilité (Watts & Dodds, 2007).



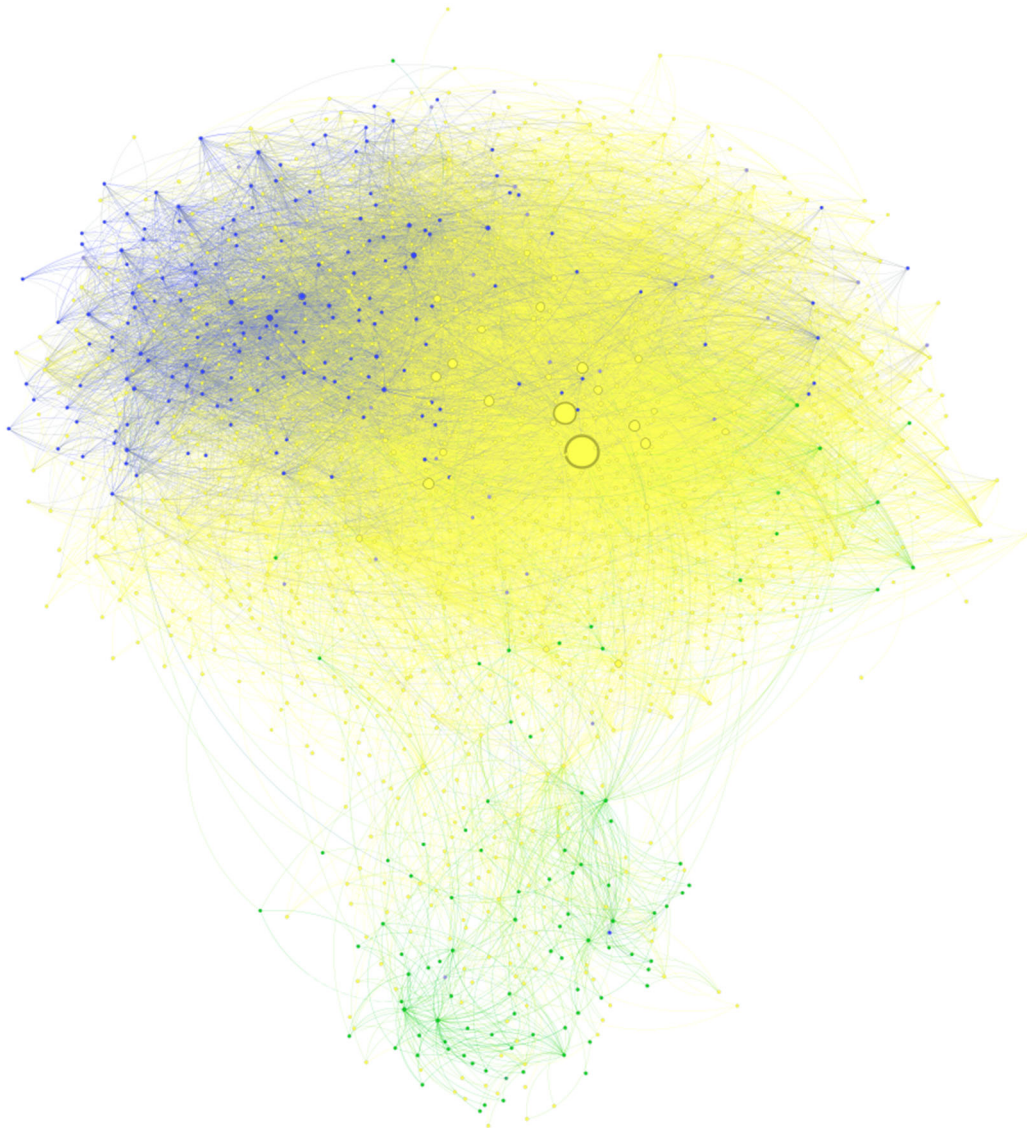
Figure 1. Biographie anonymisée d'une agricultrice du corpus sur Twitter (source : auteurs).

Nous avons tout d'abord cherché à évaluer les poids respectifs de la FNSEA, de ses sections officielles et de ses adhérents, d'une part, et d'autre part des militants écologistes qui emploient le terme "agribashing" pour critiquer son usage, notamment répressif. Nous avons donc codé les 1600 biographies des usagers les plus actifs de manière qualitative pour identifier d'un côté les comptes d'agriculteurs affiliés à la FNSEA (mentionnant une appartenance à ce syndicat, aux Jeunes Agriculteurs, ou un mandat en chambre d'agriculture ou syndicat spécialisé proche de la FNSEA) ; et de l'autre, une sensibilité écologiste (critique des pesticides ou des OGM, ou antispéciste, notamment). Ce premier codage montre que l'essentiel du débat sur l'agribashing sur Twitter n'est porté ni par la FNSEA, ni par ses adversaires écologistes. Sur les 1600 comptes les plus actifs du corpus, 170 affichent directement ou non une affiliation au syndicalisme majoritaire, soit 10,8% de l'échantillon. Ces comptes ne sont pas particulièrement actifs ou suivis<sup>15</sup> ; de l'autre côté, seuls 95 comptes (6% de l'échantillon) mentionnent une sympathie écologiste.

A l'aide du logiciel Gephi, nous avons ensuite représenté visuellement le réseau des *retweets*, citations et mentions entre les 1600 comptes les plus mobilisés, afin d'analyser les interactions, et d'en déduire les relations de proximité et d'éloignement dont elles témoignent (**Figure 2**). Dans ce graphe, les comptes (nœuds) sont d'autant plus proches qu'ils partagent des liens, permettant ainsi d'objectiver les structures affinitaires (Jacomy *et al.*, 2014). Les retweets et mentions forment dans notre cas un réseau cohérent, réparti en deux clusters, au nord et au sud du graphe. Essentiellement au nord-ouest du cluster principal, on trouve les comptes affiliés à la FNSEA, qu'ils soient tenus par des agriculteurs ou des fédérations locales. S'ils tendent à se regrouper dans une même zone du graphe, ces comptes sont finalement assez peu nombreux au sein des 1600 comptes les plus actifs sur le mot-clé agribashing. Leur position périphérique indique que leurs tweets restent relativement peu partagés hors des comptes affiliés à la FNSEA. De leur côté, les comptes proches de

<sup>15</sup> Nombre médian de followers : 1004, contre 990 pour l'ensemble de l'échantillon. Nombre de tweets médian : 29, contre 21 pour l'ensemble de l'échantillon.

l'écologie politique sont essentiellement regroupés dans le petit cluster au sud du graphique, marginalisés dans ce corpus constitué autour d'un terme dont ils dénoncent l'emploi.



**Figure 2.** Réseau des retweets, citations et mentions échangées par les 1600 comptes les plus actifs du corpus agribashing, représenté via le logiciel Gephi. Chaque nœud est un compte. En bleu, les comptes affiliés FNSEA ; en vert, les comptes proches de l'écologie politique. En jaune, les comptes ne mentionnant ni l'un ni l'autre.

L'espace social autour du terme "agribashing" sur Twitter est donc moins un espace de controverse qu'un espace de contre-mobilisation, dans la mesure où l'un des deux camps (les écologistes) n'y a qu'une existence limitée. De même, les agriculteurs proches de la gauche paysanne (syndiqués à la Confédération Paysanne, ou membre d'une organisation du réseau InPACT) sont absents de ce corpus, ce qui témoigne de leur refus d'employer un terme ("agribashing") dont ils se défient et dénoncent l'instrumentalisation politique (Sencébé, 2021). En outre, les deux camps présumés échangent peu de façon directe. La FNSEA, en dépit de son rôle moteur dans la campagne médiatique sur l'agribashing, ne se trouve pas non plus au cœur des échanges sur Twitter à ce sujet. La polémique entre syndicats agricoles et

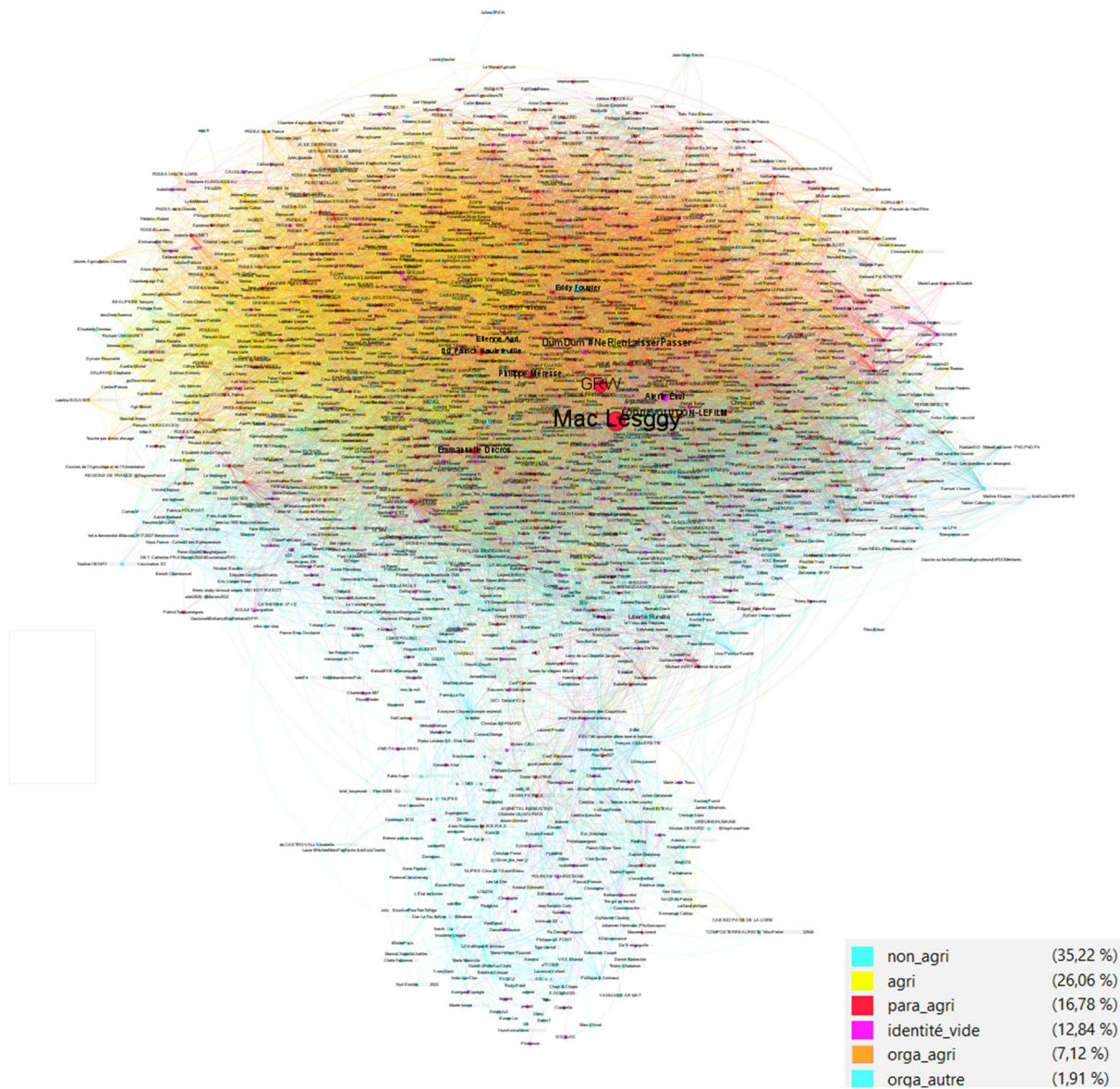
organisations écologistes ne suffit donc pas à expliquer les dynamiques en ligne autour de l'agribashing.

### B. L'espace antagonique des non-agricoles

Pour mieux comprendre cette contre-mobilisation, nous nous sommes intéressés aux identités professionnelles des individus du corpus, en fonction de leur degré de proximité au métier d'agriculteur, et en distinguant les comptes individuels et les comptes d'organisations. Nous avons ainsi distingué cinq modalités principales, et une modalité vide (**Tableau 1**). Nous avons ensuite projeté ce codage qualitatif sur le graphe des interactions entre comptes (**Figure 3**).

Modalité	Description	Effectif	Proportion
Agriculteur	L'utilisateur se déclare agriculteur, paysan, chef d'exploitation, cultivateur, éleveur.	420	26 %
Para-agricole	L'utilisateur fait référence à l'agriculture, sans se présenter comme agriculteur : principalement des personnes employées dans les mondes agricoles élargis (techniciens, journalistes spécialisés, commerciaux, agronomes, vétérinaires, etc.).	266	17 %
Non agricole	L'utilisateur a renseigné sa biographie mais ne mentionne aucun lien avec les mondes agricoles au sens large.	563	35 %
Organisation agricole	Comptes officiels d'organisations en lien avec l'agriculture : syndicats, Chambres d'agriculture, presse agricole, entreprises du secteur (agrofourniture), associations spécialisées (associations de producteurs, etc.).	114	7 %
Organisation autre	Comptes officiels d'organisations sans lien avec les mondes agricoles (entreprises, médias, associations, syndicats, etc.).	31	2 %
Identité vide	Biographies non renseignées	206	13 %
<b>TOTAL</b>		<b>1600</b>	<b>100,00 %</b>

**Tableau 1. Répartition des effectifs par identité socioprofessionnelle.**



**Figure 3.** Réseau des interactions entre comptes ; analyse par identité professionnelle.

La figure 3 donne ainsi à voir un espace bicéphale. Au nord du cluster principal se mêlent indistinctement agriculteurs (jaune), organisations agricoles (orange) et professions para-agricoles (rouge). Le sud du graphe est largement occupé par les comptes sans lien apparent avec l’agriculture, en bleu. La plupart d’entre eux se trouve dans le cluster principal, celui de la FNSEA et des mondes agricoles, et s’élève contre l’agribashing ; une minorité est constituée des sympathisants de gauche et écologistes déjà identifiés dans la Figure 2, et forme un cluster à part.

Ainsi, sur les 1600 comptes les plus actifs du corpus, 797 affichent un lien avec l’agriculture, qu’il s’agisse d’agriculteurs, de professionnels para-agricoles, ou de comptes d’organisations en lien avec l’agriculture. A l’inverse, la présence de 803 comptes “non-agricoles” témoigne de l’appropriation du terme agribashing par des groupes politiques et idéologiques extérieurs. Foucart et al. (2020) estiment ainsi que les controverses sur l’agriculture en ligne sont

largement portées par des collectifs de comptes rationalistes, revendiqués “pro-science” mais défendant en réalité les intérêts industriels. De fait, l’examen qualitatif des biographies de notre échantillon révèle un certain nombre de mentions telles que “pro-science, pro-OGM”, “#NoFakeScience”, “Révolté contre l’agribashing et les idéologues anti-science en tous genres”, “adorateur de science, #liberal, #nuke”, et bien d’autres, témoignant d’un positionnement que l’on peut qualifier de rationaliste (Laurens, 2019). Quelques-uns de ces comptes font d’ailleurs partie des individus les plus retweetés du corpus, tels les comptes de l’animateur de télévision MacLesggy, qui revendique dans sa biographie Twitter son titre d’ingénieur agronome, ou de la journaliste Géraldine Woessner. Ces comptes ne sont cependant pas nombreux : seuls 92 comptes (5,8% de l’échantillon) ont pu être codés en ce sens. A l’exception de ces figures médiatiques, qui constituent les principales autorités du corpus, ces militants rationalistes ne sont pas spécialement visibles ni actifs pour la plupart<sup>16</sup>. Plus généralement, pour nombre de comptes non-agricoles, le combat contre l’agribashing s’inscrit dans la continuité d’agendas politiques plus larges, comme en témoigne la présence de nombreux comptes marqués à droite (défense de la ruralité, droite libérale pro-européenne, extrême-droite et libertarianisme). Comme pour de nombreuses controverses en ligne, l’agribashing est opportunément investi par diverses tendances politiques, qui en font un terrain de lutte inscrit dans un agenda réactionnaire plus large, et se mobilisent notamment pour répliquer aux comptes écologistes, d’où leur position au sud du cluster principal (**Figure 3**).

La discussion autour de l’agribashing sur Twitter est cependant loin de se limiter à l’agitation entretenue par les “trolls rationalistes” dénoncés par Foucart *et al.* (2020) ou des activistes de droite. Comme le montre l’analyse longitudinale ci-dessous (**Figure 4**), les comptes agricoles - agriculteurs, professionnels para-agricoles et organisations agricoles - sont au départ très largement majoritaires, et leur volume d’activité n’est dépassée par celui des comptes non agricoles qu’à partir du moment où la polémique s’essouffle.

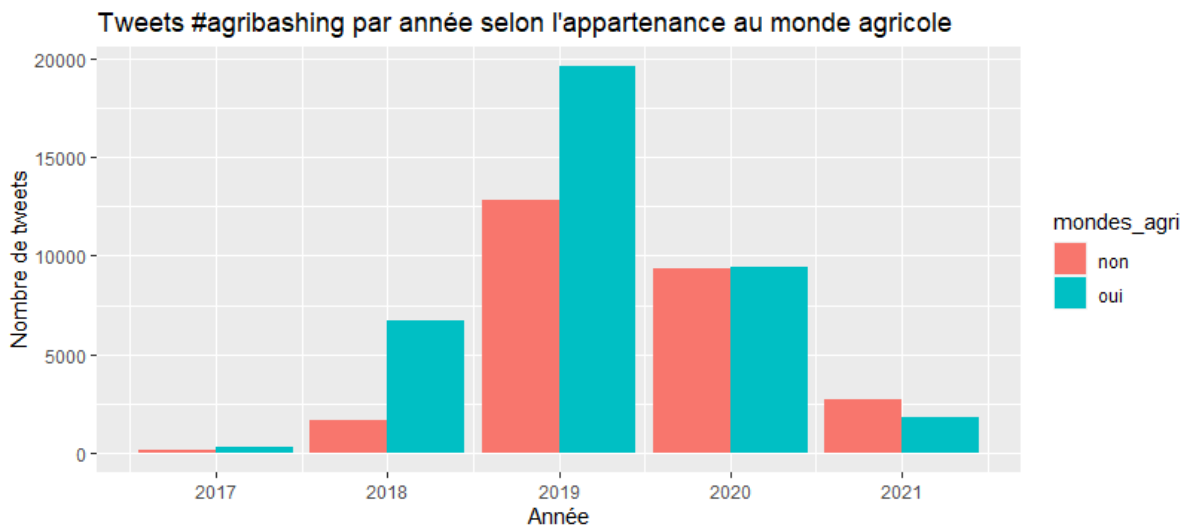


Figure 4. Nombre de tweets du corpus par année et appartenance aux mondes agricoles.

<sup>16</sup> Nombre médian de followers = 990 ; nombre médian de tweets = 21 ; contre respectivement 999 et 23 pour le reste de l’échantillon.

Pendant que les comptes non-agricoles s'affrontent, agriculteurs et para-agricoles échangent entre eux et relaient mutuellement leurs tweets ; paradoxalement, ils ne sont pas "en première ligne" dans la controverse, et portent plus rarement que leurs soutiens non-agricoles la contradiction aux comptes écologistes.

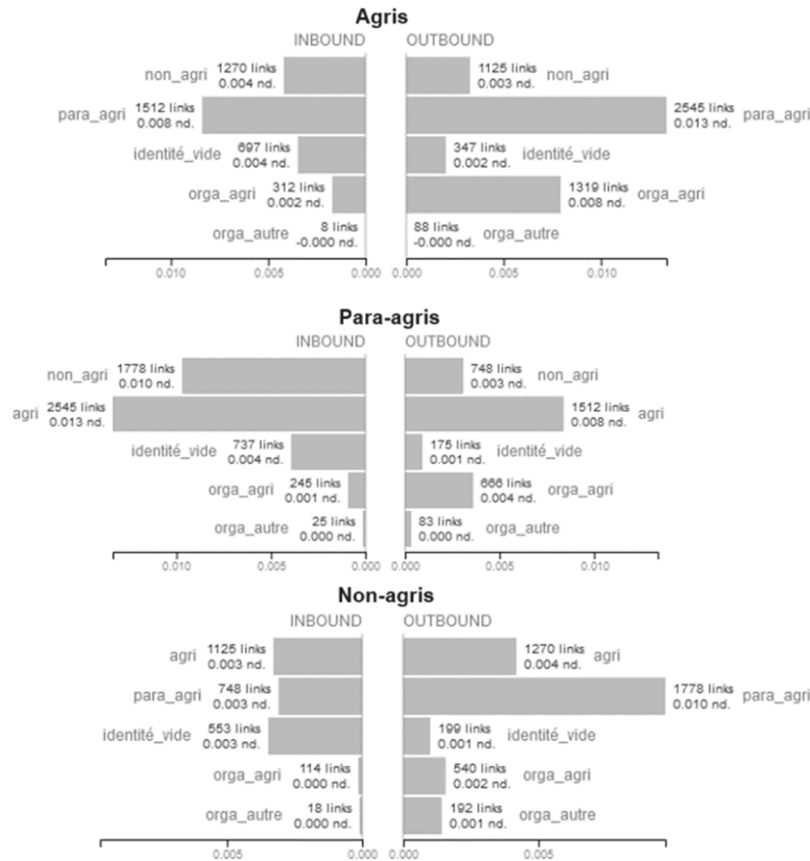
### C. La construction d'une subjectivité partagée

A côté de cet espace conflictuel, préempté par les comptes non-agricoles, le débat sur l'agribashing témoigne de la contre-mobilisation des mondes agricoles<sup>17</sup>, rassemblés au nord du graphe (**Figure 3**). L'analyse visuelle est ici recoupée par l'analyse statistique des échanges de liens entre communautés. La **Figure 5** représente en effet la distribution de la connectivité externe de chacun des trois groupes, i.e. l'origine et la destination des liens reçus ("inbound") et émis ("outbound") hors de chaque groupe, ce qui nous permet d'analyser les relations structurelles entre agris, para-agris et non-agris<sup>18</sup>. Pour les agriculteurs, les professions para-agricoles constituent le principal partenaire d'échanges (retweet, citation, mention) : c'est depuis ce groupe qu'ils reçoivent le plus de liens, et vers ce groupe qu'ils en émettent le plus. La réciproque est vraie du côté des para-agricoles, qui entretiennent des relations préférentielles avec les agriculteurs, du point de vue des liens reçus comme des liens émis. Inversement, quoiqu'ils citent plus fréquemment les para-agricoles, les comptes non-agricoles ne sont préférentiellement cités par aucune communauté.

---

<sup>17</sup> A l'inverse des comptes non-agricoles, les agriculteurs et professions para-agricoles du corpus sont très peu nombreux à se situer politiquement dans leurs biographies.

<sup>18</sup> Calcul réalisé via l'interface "Graph Recipes" du medialab (<https://medialab.github.io/graph-recipes/>), selon la méthode de Newman (2006).

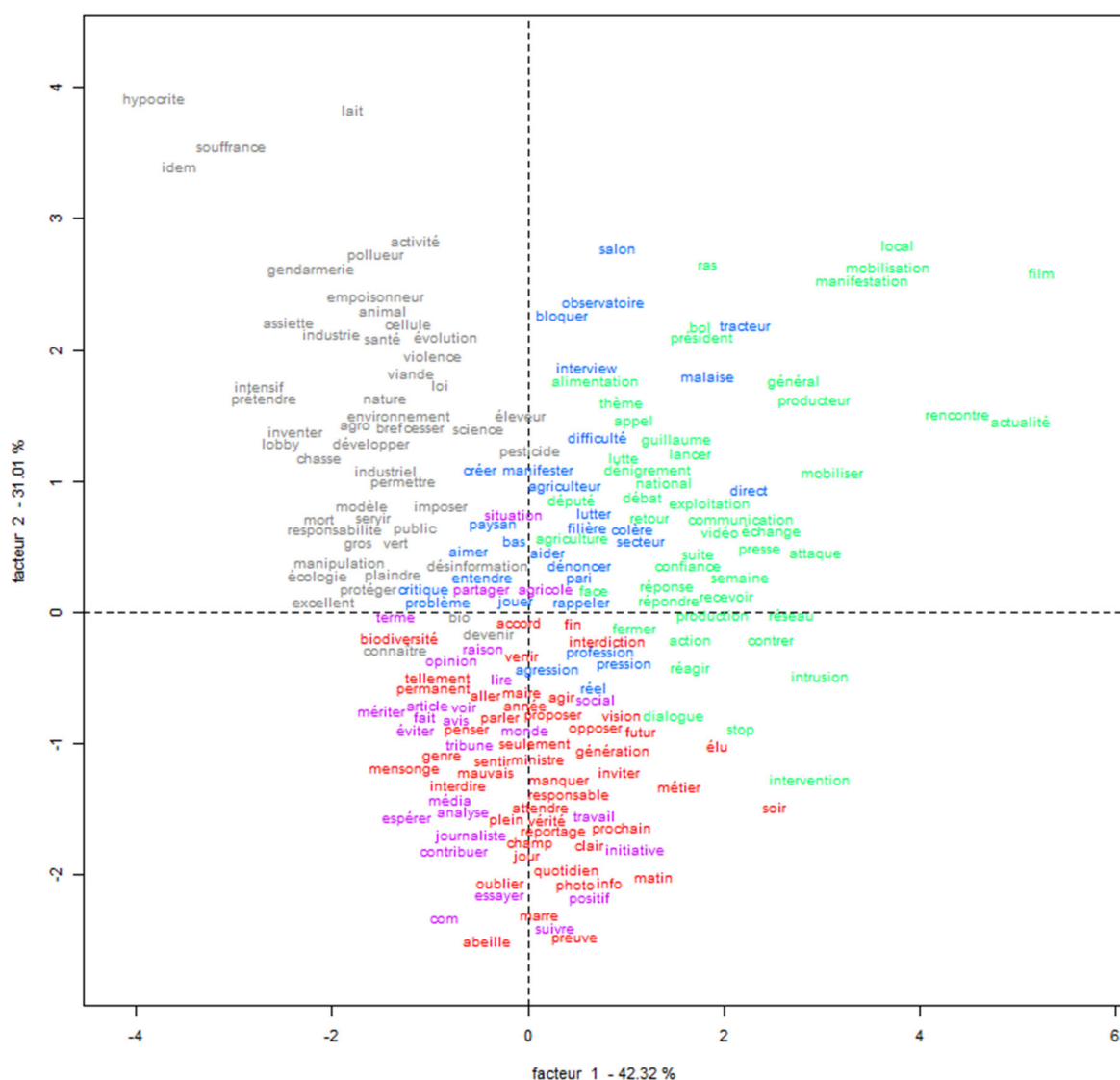


**Figure 5. Analyse de la connectivité externe des trois communautés principales du graphe agribashing**

*Indication de lecture : les comptes d'agriculteurs reçoivent 1270 liens depuis les comptes non-agricoles, ce qui correspond à une densité normalisée ("nd") de 0.010, laquelle pondère le nombre de liens reçus en fonction des effectifs des communautés mises en relation. NB : l'échelle varie pour le 3e graphique.*

Manifeste dans leurs interactions sur la plateforme, cette solidarité entre agriculteurs et professions para-agricoles s'observe également dans les registres d'expression employés. L'analyse en correspondance principale des contenus des tweets<sup>19</sup> ci-dessous montre en effet l'imbrication des registres lexicaux employés par les agriculteurs et les professionnels para-agricoles, relativement distincts de ceux des non-agricoles (quadrant supérieur gauche) et des organisations agricoles (quadrant supérieur droit) et des organisations autres (**Figure 6**).

<sup>19</sup> Analyse réalisée avec Iramuteq sur la base de l'ensemble des tweets publiés par les 1600 comptes de l'échantillon, après avoir supprimé les doublons, soit n= [11722].



**Figure 6.** Analyse en composante principale sur la base des tweets produits par les 1600 comptes les plus mobilisés du corpus. Sont représentés les noms, adjectifs, adverbes et verbes, employés plus de 70 fois dans le corpus, les plus spécifiques à chaque catégorie de compte : agriculteurs (rouge), para-agricoles (violet), non-agricoles (gris), organisations agricoles (vert) et organisations non-agricoles (bleu).

Les organisations agricoles et non agricoles produisent essentiellement des tweets qui visent à relayer ou rendre compte des mobilisations hors ligne (*manifestation, rencontre, presse, actualité, député*). De leur côté, les non-agricoles emploient des termes liés aux controverses environnementales sur l'agriculture (*viande, industrie, empoisonneur*), témoignant d'accusations croisées (*lobby, manipulation, désinformation*). En revanche, agriculteurs et para-agricoles rompent avec cette dimension morale et politique : les termes qui leur sont spécifiques reprennent les topiques classiques de la communication positive sur l'agriculture (pour les para-agricoles : *positif, initiative, com*), et adopte un registre valorisant la transparence (pour les agriculteurs : *parler, proposer, inviter, vérité, clair*).

Comment expliquer cette convergence des agriculteurs et professionnels para-agricoles ? Ici, le périmètre de la critique détermine le périmètre de la contre-mobilisation : la réception de la critique environnementale du “modèle productiviste”, qui englobe agriculteurs conventionnels et entreprises agro-industrielles, contribue à forger l’appartenance commune de ces acteurs agricoles et para-agricoles à un même monde productif. L’expérience partagée de la critique vient renforcer la représentation d’un monde agricole organisé en filières productives, dont chaque acteur, agriculteur ou non, ne serait qu’un maillon. C’est ce qu’explique cet agriculteur, particulièrement actif sur Twitter :

On a des gens de l’agro-chimie, mais qui sont pas forcément des responsables de la communication, qui sont des gens de terrain, et qui... qui prennent l’agribashing de la même manière qu’on le prend hein. Vous êtes à un repas de famille : « Tu travailles où toi ? », « bah moi je travaille chez Bayer » « Ah dans les médicaments ? » « Heu non, dans les pesticides », le mec il s’en prend plein la gueule, comme nous quoi. [...] Défendre l’agriculture, c’est défendre son métier quoi, c’est exactement la même chose. Donc la cible, c’est pas l’agriculteur, c’est... c’est le monde agricole.<sup>20</sup>

Nombre des personnes interrogées au cours de l’enquête partagent cette expérience de la critique dans la sphère privée : dans les repas de famille, dans l’interaction avec les voisins ou avec les enseignants des enfants. Ces récits ancrent l’agribashing dans la vie quotidienne locale. Par ailleurs, agriculteurs et professionnels agricoles au sens large s’indignent tout particulièrement du fait que la critique soit relayée dans des espaces symboliques légitimes, tels que le service public audiovisuel, les manuels scolaires, ou encore les spectacles pour enfants organisés par l’école.

S’il constitue un mot d’ordre à succès, du moins pour un temps, l’agribashing nous intéresse moins par son écho médiatique que par le rôle de catalyseur qu’il joue dans la construction de la contre-mobilisation agricole, en contribuant à la subjectivation commune d’un certain nombre d’agriculteurs et de professionnels para-agricoles. Alors que ce terme est initialement diffusé par le principal syndicat d’exploitants agricoles, il est frappant de constater que les agriculteurs sont loin d’être les seuls à s’en saisir. Si les comptes étiquetés comme non-agricoles contribuent à visibiliser le terme dans l’espace public numérique, ils suivent d’une certaine manière leurs propres agendas. De manière plus inattendue, le “moment” agribashing constitue un catalyseur d’une subjectivation partagée : agriculteurs et para-agricoles se relaient mutuellement, partagent des registres argumentaires analogues, se reconnaissent dans un combat politique commun.

Cette convergence n’est pas entièrement surprenante, dans la mesure où elle s’ancre dans des sociabilités locales (au sein des familles, des réseaux amicaux et professionnels), et potentiellement dans des carrières : on peut par exemple entrer dans la vie active comme technicien de coopérative puis s’installer comme agriculteur quelques années plus tard). Cependant, le fait que les salariés “para-agricoles” prennent une part active dans la construction d’un discours collectif de défense de “l’agriculture” constitue une rupture notable par rapport aux mobilisations corporatistes traditionnelles, fondées sur la défense de la profession d’agriculteur. Au-delà de l’épiphénomène que constitue la “lutte” contre

---

<sup>20</sup> Entretien avec François, céréalier dans le centre de la France, la cinquantaine, réalisé en septembre 2021.

l'agribashing, ce processus s'inscrit dans la durée au travers du hashtag et des activités de l'association France AgriTweets, que nous étudions dans la dernière partie de cet article.

### 3 Les habits neufs de l'unité des mondes agricole

Si la controverse sur l'agribashing s'essouffle nettement dès la fin de l'année 2020, l'association France AgriTweets, créée en 2017, voit son nombre d'adhérents et ses activités croître sans discontinuer. Le hashtag bénéficie d'une popularité croissante, agrégeant les échanges autour de l'agriculture française sur Twitter et la parole d'acteurs très nombreux, bien au-delà des seuls adhérents de l'association elle-même. Le succès de ce point de ralliement dans l'espace public numérique fait émerger une nouvelle forme de représentation politique qui brouille les identités professionnelles établies, pour revendiquer l'unité des mondes productifs agricoles au-delà des seuls agriculteurs.

#### A. La consistance du bloc : un monde social cohérent et cohésif

Les usages du hashtag #FranceAgriTweets dessinent un espace social cohérent, sur le web et en dehors, où se mêlent agriculteurs et professions para-agricoles. Pour l'observer, nous avons construit un second corpus de tweets autour du mot-clé "franceagritweets" et de ses variations, publiés entre le 1er janvier 2017 et le 31 décembre 2021. Sur la base de ce corpus de 345 885 tweets, nous avons à nouveau échantillonné les 5% de comptes les plus actifs (n=1435), qui ont produit près des trois quarts des tweets du corpus. Sur ces 1435 comptes, 699 étaient déjà présents dans l'échantillon traité dans la partie précédente. L'activité autour du hashtag #FranceAgriTweets nous permet ainsi d'examiner une autre dimension de la contre-mobilisation agricole sur Twitter. En comparaison de l'épiphénomène médiatique de l'agribashing, l'usage de ce second mot-clé connaît une progression constante sur la période considérée (**Figure 7**).

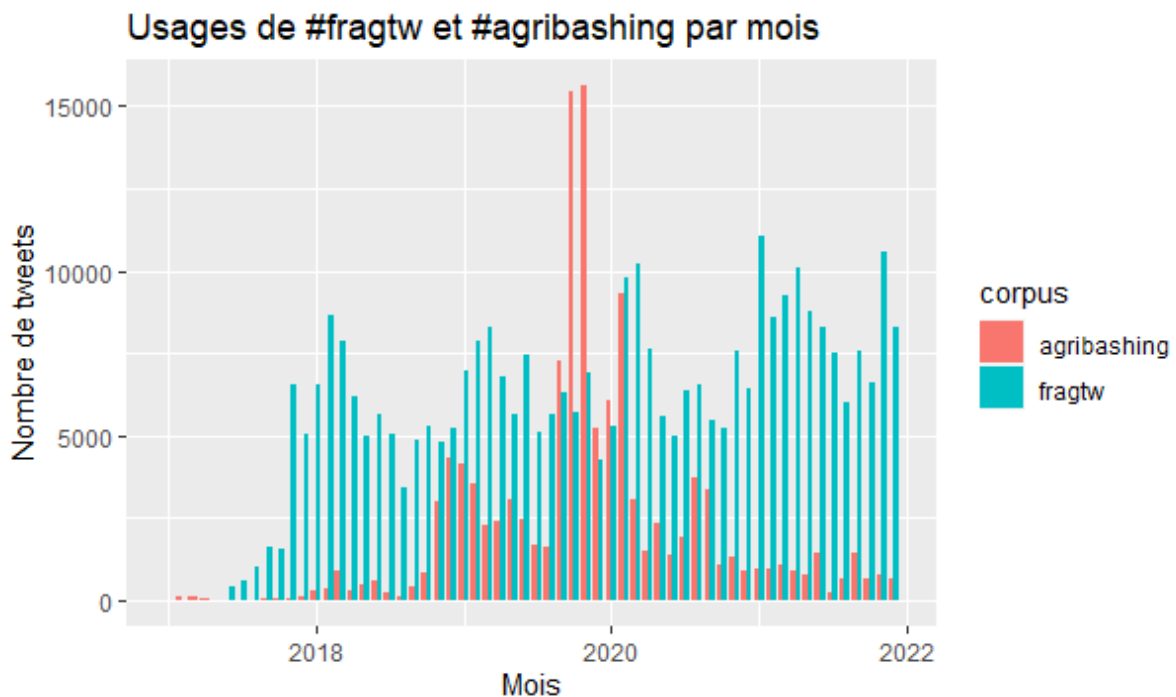


Figure 7. Volumétrie des deux corpus dans le temps.

Nous avons appliqué le même codage qualitatif que précédemment aux biographies Twitter des 1435 comptes les plus actifs, en distinguant les comptes d'agriculteurs, para-agricoles, non agricoles, d'organisations liées à l'agriculture, et d'organisations autres. Sur la base des prénoms et des biographies, nous avons également codé le genre des individus de l'échantillon (**Tableau 2**).

Catégorie	Effectifs		Sexe			Activité et audience	
	Nb	%	H	F	NA ou sans objet	Tweets (méd.)	Followers (méd.)
Agriculteurs	443	31%	375	56	12	84	1181
Para-agricoles	389	27%	250	116	23	72	924
Non-agricoles	306	21%	154	73	79	53	828
Orgas agris	151	11%	0	0	151	60	1952
Orgas autres	15	1%	0	0	15	36	862
Biographie vide	131	9%	61	27	43	50	268
<b>TOTAL</b>	<b>1435</b>	<b>100%</b>	<b>840</b>	<b>272</b>	<b>323</b>		

**Tableau 2.** Description du monde social du hashtag #FranceAgriTweets

Comme précédemment, les biographies Twitter nous permettent de qualifier une proportion très importante de notre corpus. Parmi les 1435 comptes les plus actifs, on observe une forte représentation des mondes agricoles élargis, avec 31% d'agriculteurs, 27% de professionnels para-agricoles et 11% d'organisations agricoles. Au sein de cet échantillon, 322 comptes sur 1435 déclarent dans leur biographie une appartenance à l'association France AgriTweets, ce qui témoigne de la capacité d'entraînement de ce hashtag, dont l'usage est diffusé bien au-delà du cercle de l'association *stricto sensu*<sup>21</sup>.

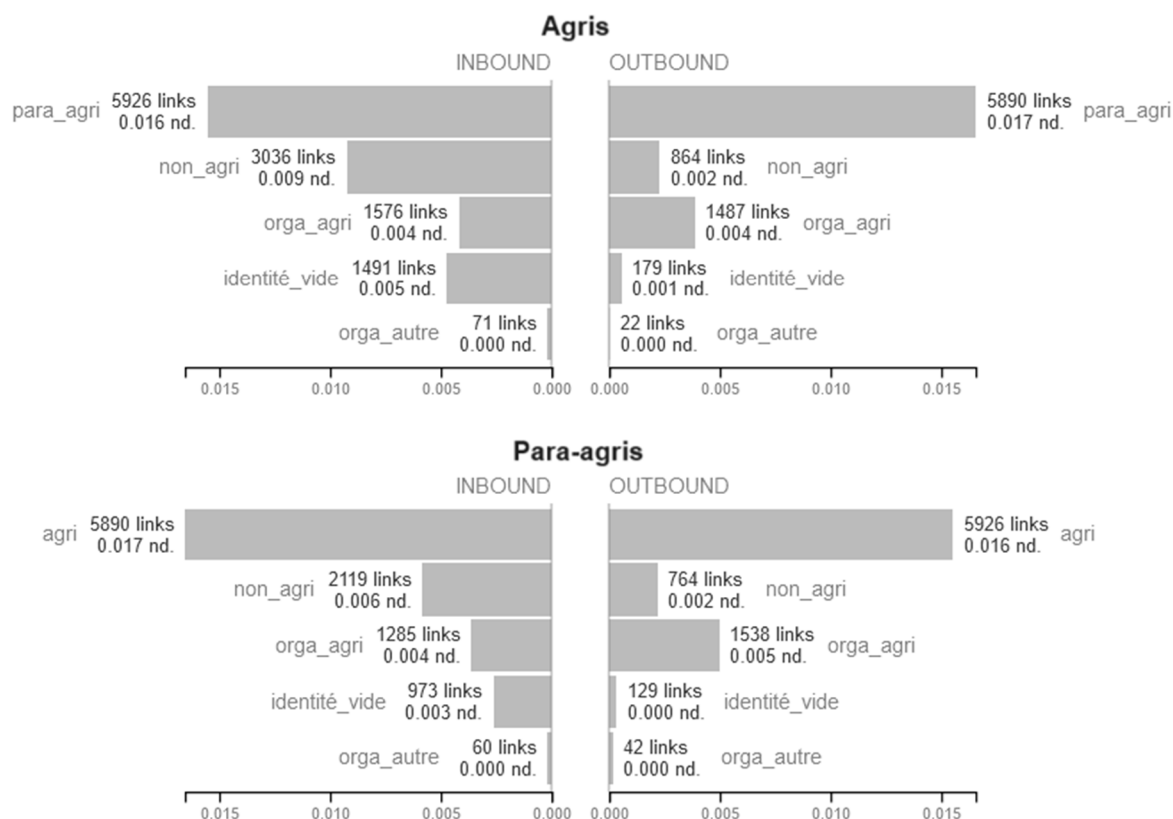
Au sein de ce monde social, agriculteurs et para-agricoles se comportent de la même manière : en termes d'audience et d'activité, tout d'abord, avec des nombres médians de tweets publiés et de followers comparables. Les comptes sans lien apparent avec l'agriculture sont moins actifs que tous les autres, et moins nombreux que dans le corpus précédent. Notons aussi que les marques d'attention et d'approbation se distribuent de manière à peu près équivalente entre les deux principaux groupes de l'échantillon : parmi les 10% de tweets les plus "*likés*"<sup>22</sup> et les plus retweetés<sup>23</sup> du corpus, entre 40 et 50% ont été produits par des comptes d'agriculteurs, et un tiers environ par des comptes para-agricoles. Ces éléments infirment l'idée que les agriculteurs seraient à la remorque de salariés para-agricoles qui, plus

<sup>21</sup> L'association revendiquait 540 adhérents au 6 décembre 2022.

<sup>22</sup> 26708 tweets ayant reçu 7 *likes* et plus.

<sup>23</sup> 26141 tweets ayant été retweetés 32 fois et plus.

familiers du numérique ou communicants professionnels, maîtriseraient mieux la plateforme et ses codes. Les deux groupes ont une présence homogène dans le corpus, comme le montre également le graphe de leurs interactions (mentions et retweets) réalisé comme précédemment avec le logiciel Gephi (**Annexe 2**). France AgriTweets matérialise un espace extrêmement interconnecté, peu clusterisé, où agriculteurs et professions para-agricoles interagissent de manière fluide, sans que l'un de ces deux groupes ne se situe en position d'autorité vis-à-vis de l'autre. Agriculteurs et para-agricoles sont à nouveau partenaires d'échanges préférentiels ; la densité des liens que chaque de ces deux groupes reçoit et émet envers l'autre est remarquablement identique (**Figure 8**).



**Figure 8. Analyse de la connectivité externe des agris et para-agris du graphe #Fragtw**

*Indication de lecture : les comptes d'agriculteurs reçoivent 5926 liens depuis les comptes para-agricoles, ce qui correspond à une densité normalisée ("nd") de 0.016, laquelle pondère le nombre de liens reçus en fonction des effectifs des communautés mises en relation.*

La précision avec laquelle les individus remplissent leurs biographies permet ensuite de préciser l'image de ce monde social. Du côté des 443 comptes "agriculteurs", 12% des comptes appartiennent à des femmes (n=56), ce qui est inférieur à la féminisation de la population agricole française (30%). Leurs biographies font état d'une grande diversité de productions : élevage laitier (21%), grandes cultures (19%), production de viande (17%), mais également polyculture-élevage, viticulture, maraîchage et arboriculture<sup>24</sup>. En termes d'affiliation syndicale, 13% des agriculteurs (n=62) mentionnent une appartenance à la

<sup>24</sup> Seuls 26% des agriculteurs ne renseignent pas de production.

FNSEA ou aux Jeunes Agriculteurs<sup>25</sup>. Par ailleurs, 20% des agriculteurs (n=91) mentionnent un mandat et/ou une appartenance à une organisation professionnelle, politique ou économique. Ce sont généralement des mandats locaux : administrateur de Chambre d'agriculture ou de coopérative, appartenance à une fédération de producteurs ou une interprofession, etc. En somme, les agriculteurs de notre échantillon se revendiquent peu du syndicalisme majoritaire, bien qu'ils entretiennent une affinité diffuse avec ses orientations politiques générales, que signalent la présence d'un certain nombre de militants et élus ordinaires des organisations professionnelles, et l'absence presque totale de syndicalistes d'autres structures.

Ensuite, l'analyse des biographies des comptes de professionnels para-agricoles de notre échantillon indique que ces derniers n'occupent pas de fonction hiérarchique particulièrement élevée dans leurs organisations respectives, et se caractérisent au contraire par une grande diversité de métiers (voir **Annexe 3**). Leurs employeurs sont des entreprises de l'agrofourniture (chimistes, semenciers), des organisations professionnelles (Chambres, syndicats, interprofessions, instituts techniques), des coopératives, des entreprises de conseil et de service, des médias spécialisés, des structures d'enseignement et de formation publiques et privées, ainsi que des entreprises du secteur agroalimentaire. Sur le plan des fonctions exercées, nous avons distingué les professions en lien avec la sphère économique et commerciale (vendeur, conseiller bancaire, *trader*), celles relatives à l'encadrement technique (conseiller, ingénieur agronome, expérimentateur), celles de la communication et du marketing (en mettant à part les journalistes spécialisés), et regroupé les enseignants et les chercheurs. Cette population est davantage féminisée que celle des agriculteurs (29% de femmes).

Là encore, les biographies sont souvent renseignées de manière factuelle et permettent d'assigner un métier à trois quarts des individus (n=297) et une fonction à deux tiers d'entre eux (n=266). Du côté des employeurs, l'ensemble des organisations d'encadrement politique, économique et technoscientifique de l'agriculture est représenté. Les secteurs peu ciblés par la critique environnementale (le machinisme agricole, la grande distribution) semblent moins présents. En revanche, l'agro-chimie et les fabricants de semences, régulièrement sous le feu de la critique, sont très bien représentés (n=69) et de façon explicite : Bayer, BASF, FMC sont ainsi souvent mentionnés dans les biographies, éventuellement assortis d'une mention indiquant que les tweets de l'auteur n'engagent pas son employeur. Ces professionnels de l'agro-chimie sont ici moins souvent des communicants (n=10), chargés de préserver l'image de leur employeur, que des techniciens (n=24) et des commerciaux (n=24). Le même phénomène s'observe du côté des coopératives (n=37) et des organisations professionnelles (n=45), où les fonctions techniques et économiques sont prédominantes. Ainsi, les professionnels de la communication, qu'on pourrait supposer dominants sur Twitter, sont moins nombreux que l'ensemble d'ingénieurs, techniciens, conseillers économiques, consultants, *traders*, etc., qui prennent aussi la parole en leur nom propre. Ces communicants sont légèrement plus suivis, mais pas plus actifs en comparaison de leurs homologues techniciens et commerciaux.

Plus encore que la mobilisation contre l'agribashing, le monde social dessiné par le hashtag #FranceAgriTwittos se caractérise donc par l'entrecroisement d'interactions fluides entre agriculteurs, techniciens, communicants ou commerciaux qui donnent à voir leur

---

<sup>25</sup> À cela s'ajoutent 9 comptes institutionnels de la FNSEA ou des JA.

appartenance à un monde professionnel commun. A distance des organisations syndicales traditionnelles, sans y être politiquement opposé, le hashtag ouvre ainsi un espace de représentation désintermédié où s'expriment en leur nom un ensemble de professionnels ordinaires d'un même monde productif.

## B. Célébrer la production agricole

Agriculteurs et professionnels para-agricoles se rassemblent dans la construction d'un espace commun de représentations qui met en pratique la "communication positive" théorisée en divers endroits des mondes agricoles depuis les années 2000. Cet espace se caractérise par une volonté explicite de neutraliser la conflictualité. En dépit des critiques qu'ils reçoivent, les membres de l'association et, plus généralement, les utilisateurs du hashtag, sont fortement invités à éviter toute forme de violence verbale, ou d'alimenter des polémiques jugées stériles. Les cadres de l'association en particulier prennent en charge l'édiction et la diffusion de normes collectives, qui se traduisent par des recommandations très concrètes : pour éviter de succomber à la tentation d'un "clash" typique de Twitter, plusieurs membres interviewés racontent avoir souvent recours à la fonction "brouillon", évitant ainsi de poster un tweet de réaction à chaud. Ces "bonnes pratiques" circulent de manière informelle mais aussi lors de formations internes dédiées aux membres de l'association. Contournant les controverses, les échanges autour de FranceAgriTwittos structurent avant tout un espace conversationnel. Les utilisateurs du hashtag passent en effet un temps important à s'interpeller mutuellement : l'observation de leurs pratiques en ligne témoigne de nombreux fils de réponses, d'échanges de plaisanteries, *inside jokes* et souvenirs partagés, notamment entre les membres les plus visibles du collectif. Cet espace de convivialité se vit également, pour ses participants, comme une espace d'entraide et de soutien, "presque un groupe d'écoute"<sup>26</sup>, face aux critiques mais aussi dans les moments difficiles du quotidien, en particulier pour les agriculteurs du collectif.

Le collectif vise plus largement le dépassement du statut de "victime", qui caractérisait le moment agribashing, et revendique la production d'une identité positive autour de valeurs comme la "bienveillance", la "pédagogie", l'"entraide". Une telle entreprise s'avère beaucoup plus durable et structurante que le registre agonistique de l'agribashing, ainsi qu'en attestent l'évolution de nos deux corpus dans le temps (cf. Figure 6), et la distanciation unanime que marquent aujourd'hui les acteurs interrogés avec ce répertoire victimaire, en dépit de son succès auprès des pouvoirs publics.

Surtout, France AgriTwittos constitue l'espace de monstration et de célébration de l'agriculture comme activité productive. A ce titre, une nouvelle analyse des contenus des tweets suggère une intéressante répartition des rôles entre agriculteurs et professions para-agricoles. Le tableau ci-dessous montre les 25 termes les plus spécifiques statistiquement pour chaque groupe<sup>27</sup>.

Comme le montre la figure ci-dessous (**Tableau 3**), si les termes de la première colonne décrivent en détail le quotidien de l'exploitation agricole, en particulier dans ses aspects matériels, ceux de la deuxième colonne mettent en revanche en valeur le dynamisme, les qualités professionnelles et morales des mondes productifs agricoles. Les termes de la troisième colonne sont quant à eux plus difficiles à qualifier : ils renvoient à des qualificatifs

---

<sup>26</sup> Entretien avec Serge, salarié de coopérative et membre de France AgriTwittos, la quarantaine, réalisé en avril 2021.

<sup>27</sup> Calcul réalisé via le logiciel Iramuteq.

ou à des verbes de portée générale, et bien moins polémiques que le registre lexical de la catégorie “non agricoles” du corpus précédent.

<b>Agriculteurs</b>	<b>Para-agricoles</b>	<b>Non-agricoles</b>
Semis	Communauté	Pesticide
Semer	Rejoindre	Animal
Blé	Hésiter	Agriculteur
Pluie	Bienvenue	Elevage
Ovin	Agriculteur	Bio
Lin	Positif	Sujet
Matin	Beau	Gens
Maïs	Stand	Environnement
Tournesol	Association	Humain
Hiver	Félicitation	Produire
Plaine	Adorer	Lait
Finir	Communication	Terme
Semoir	Adhérent	Parler
Biodiversité	Bonjour	Compte
Printemps	Agneau	Santé
Labour	Groupe	Comprendre
Betterave	Membre	Exemple
Récolte	Agricole	Etude
Semaine	Initiative	Consommateur
Parcelle	Bravo	Utiliser
Semence	Super	Politique
Champagne	Rencontre	Justement
Fin	Article	Source
Dernier	Eleveur	Français
Colza	Réseau	Produit

**Tableau 3.** Tableau des vingt-cinq termes les plus spécifiques à chaque catégorie d’acteurs selon le logiciel Iramuteq.

Les agriculteurs documentent ainsi de façon extensive leur travail et leur quotidien, parlant ainsi de leurs productions, animales et végétales (*colza, lin, blé, champagne*), des étapes de la gestion des cultures (*labour, semis, récolte*), du temps et du retour des saisons (*printemps, semaine, pluie, hiver*). L'observation des comptes liés à France AgriTweets montre que cette pratique s'appuie largement sur la prise de photographies et de vidéos à la volée, grâce au smartphone, qui illustrent les aspects concrets du travail et servent une revendication esthétique, à travers notamment les photos de champs, collines, plaines (souvent au coucher ou lever du soleil) régulièrement décrites comme "la vue du bureau". A la manière des agriculteurs britanniques étudiés par Riley et Robertson (2021), les agriculteurs de France AgriTweets participent d'une pratique du "working out loud", concept emprunté à Sergi et Bonneau (2016), consistant à rendre visible, par la narration quotidienne sur les médias sociaux, des aspects souvent ignorés ou difficiles du travail (**Figure 9**).



**Figure 9 - "Working out loud", pratique typique du collectif France AgriTweets**

La résonance avec des pratiques documentées dans le cas des agriculteurs britanniques, mais aussi étatsuniens, australiens ou néo-zélandais (Mills *et al.*, 2019; Phillips *et al.*, 2018) indique que le mot d'ordre consistant à "expliquer ses pratiques" rencontre un succès qui dépasse le cas français<sup>28</sup>.

Les professionnels para-agricoles s'investissent eux dans la mise en valeur des mondes agricoles : à l'opposé du champ lexical très "terre à terre" des agriculteurs, ils proposent un

<sup>28</sup> Interrogés sur le sujet lors des entretiens, aucun des membres de France AgriTweets rencontrés n'a cependant mentionné de source d'inspiration à l'étranger.

méta-discours qui vante le dynamisme des mondes agricoles (positif, initiative, rejoindre), à travers des termes très positivement connotés (beau, super) ; ils prennent également en charge le discours sur France AgriTwittos en tant que collectif (communauté, membre, groupe, réseau). Globalement, comme le montre également l'observation qualitative de leurs pratiques d'échange sur Twitter, les utilisateurs du hashtag France AgriTwittos passent un temps important à se dire qu'ils s'aiment, dans une perspective de célébration en public du lien pour le lien, qui n'est pas sans rappeler les travaux de Dominique Pasquier sur les usages d'internet par les familles modestes et rurales (Pasquier, 2018).

A la confluence de ces deux registres de parole se dessine donc ce que l'on peut désigner comme la promotion de l'agriculture comme activité productive, alliant un discours sur la pratique et un discours de célébration et de mise en valeur. Le collectif constitué autour de France AgriTwittos cherche ainsi à manifester l'unité des mondes agricoles, par-delà les différences de métiers, à travers la valorisation de l'acte de produire, ou plus précisément *des* actes de produire qu'accomplissent ces professionnels variés et interdépendants et qu'incarne par excellence l'idée de *filière*. Le projet politique qui transparait dans la contre-mobilisation portée par France AgriTwittos consiste donc moins à défendre les agriculteurs, que l'"agriculture". Cette montée en généralité délaisse ainsi la défense d'un groupe professionnel, tâche historiquement prise en charge par le syndicalisme agricole, au profit de filières de production, impliquant des processus, des technologies, des métiers souvent peu visibles (logistique, technique, commercialisation, etc.). Cette mise en récit met l'accent sur l'interdépendance et l'égale valeur des différents maillons d'une même chaîne productive et replace ainsi les agriculteurs dans la continuité d'une foule d'autres métiers, pas moins nécessaires pour "nourrir les Français".

### C. La validation politique d'une nouvelle forme de porte-parolat

Ce projet politique original rencontre un certain succès, non seulement dans l'espace public numérique où il est né, mais également en dehors, puisqu'il est rapidement reconnu par une série d'acteurs légitimes issus des sphères médiatique, politique et économique. Le collectif France AgriTwittos a tout d'abord été rapidement identifié par un certain nombre de journalistes comme une ressource possible pour la production de reportages ou d'articles. La visibilité du collectif sur Twitter, plateforme très investie par les professionnels des médias, facilite ainsi des prises de contact informelles, par messages privés, qui aboutissent à la recommandation de tel ou telle membre du collectif pour des "sujets" centrés sur des problématiques agricoles (interview, reportage, etc.).

"Maintenant ils [*les journalistes*] nous ont identifiés comme des personnes qui pouvaient un peu leur servir un agriculteur à la demande et à la carte : s'ils veulent un bio, c'est un bio, s'ils veulent un conventionnel, c'est un conventionnel, s'ils veulent un éleveur, on l'a, on a tout en fait, on a une liste. [...] On est en contact aussi avec une journaliste de TF1, sur qui on peut compter, qui fait vraiment des reportages très sympas, qui fait tout le temps appel à nous dès qu'elle a besoin de quelque chose. On la met en contact avec les bonnes personnes, quoi"<sup>29</sup>.

Outre le fait de répondre de plus en plus fréquemment à ce type de sollicitations, l'association entreprend également de mettre à disposition une banque d'images, composée de photographies prises par les membres de l'association et libres de droit, représentant des

---

<sup>29</sup> Entretien avec Inès, communicante dans le secteur agricole, la quarantaine, réalisé en mai 2021.

paysages, des machines, des cultures, des animaux et des travaux agricoles<sup>30</sup>. Elle entend ainsi lutter contre une représentation jugée “stéréotypée” de l’agriculture, véhiculée notamment par le recours fréquent à des photographies de pulvérisation de pesticides. Si les dirigeants des organisations professionnelles agricoles entretenaient historiquement des relations privilégiées avec les journalistes de la presse quotidienne régionale et de la presse professionnelle (Chupin & Mayance, 2016), la médiatisation nouvelle de plusieurs controverses agri-environnementales a cependant fragilisé ces compromis (Levain, 2016). En nouant des relations avec des journalistes associés à de grands médias nationaux, et en fournissant des contacts et contenus pré-calibrés, FranceAgriTweets vient occuper un espace peu investi et reprend partiellement la main sur le cadrage médiatique de l’agriculture.

Le collectif FranceAgriTweets est également devenu progressivement un interlocuteur politique légitime, repéré par la direction communication du ministère de l’Agriculture dans un premier temps, puis par les ministres qui se sont succédés depuis 2018. S’en sont suivies un certain nombre de rencontres publiques, ainsi que des échanges informels en privé entre une dizaine de membres actifs de l’association et le ministre Julien Denormandie. D’autres membres ont été invités lors de déplacements officiels des différents ministres, ainsi que du président de la République. Certains “agri-tweets” ont également pu être invités en tant que porte-parole des mondes agricoles, sur des problématiques variées, telle Delphine lors d’un sommet ministériel sur l’eau.

Et du coup ils m'ont demandé d'intervenir en tant qu'agricultrice à l'introduction de... de ce truc-là, devant une centaine de personnes à côté du Ministre. [...] J'étais censée parler d'irrigation tout ça, donc j'avais appelé Paul qui est en Vendée. Et j'avais appelé, je sais plus, Damien, qui est dans l'Yonne, c'est que des France AgriTweets, mais je sais qu'ils connaissent le dossier, donc ça permet de pouvoir avoir une vision un peu plus générale quoi.<sup>31</sup>

Ces relations privilégiées se déclinent ainsi dans d’autres occasions, telles que la participation d’une agricultrice membre de l’association à une vidéo pour une campagne de communication du ministère, ou encore la contractualisation avec une communicante membre de l’association, pour animer des débats et publier des contenus via les comptes du ministère sur les médias sociaux lors du Salon de l’agriculture. Bien que l’association ne prétende pas incarner une alternative politique au syndicalisme majoritaire, le fait que ces membres soient sollicités et reconnus comme des interlocuteurs légitimes par le pouvoir politique contribue à « l’érosion » du monopole de la FNSEA sur la représentation politique des agriculteurs (Bruneau, 2013). La centrale syndicale entretient d’ailleurs des rapports ambivalents avec ce collectif dans lequel elle peut voir, selon les circonstances, un allié qui contribue à restaurer l’image de l’agriculture conventionnelle dans l’espace public numérique<sup>32</sup>, ou un concurrent qui court-circuite ses propres réseaux militants. La visibilité nationale acquise par les membres de l’association dépasse en effet le cadre départemental dans lequel les organisations professionnelles agricoles fonctionnent habituellement (Hobeika, 2013). En ce sens, ils contribuent à une forme de désintermédiation de la représentation politique, déjà repérée dans d’autres mouvements sociaux structurés à partir d’échanges en ligne tels que les Gilets

---

<sup>30</sup> Voir : <https://franceagritweets.com/images/>

<sup>31</sup> Entretien avec Delphine, agricultrice, la trentaine, réalisé en octobre 2021.

<sup>32</sup> Outre le fait d’occuper le terrain, les membres de France AgriTweets peuvent être sollicités par les Chambres d’agriculture pour animer des formations à la communication en ligne et l’usage des réseaux sociaux.

Jaunes (Souillard *et al.*, 2020), qui élargit l'acceptation des mondes agricoles en y incluant les mondes de la production au sens large.

Le répertoire d'actions ouvert par France AgriTweets, suscite dès lors l'intérêt croissant des grands acteurs économiques du monde agricole (entreprises d'agrofourniture, coopératives, interprofessions), dont on a vu qu'un certain nombre de salariés étaient partie intégrante de l'association. Un directeur de la communication d'une grande firme de l'agrofourniture, lui-même affilié à l'association, décrit ainsi les manières d'agir du collectif France AgriTweets comme un modèle à suivre pour tout le secteur :

En fait, j'ai fait treize ans de com de crise, et un jour, quand on réfléchissait avec des France AgriTweets etc., certains m'ont dit : « mais [Renaud], définis-nous ! ». Moi j'arrêtais pas de parler de com positive, mais j'ai pas écrit un bouquin. [...] Ces principes-là de la com de crise, je les ai appliqués à la communication en temps de paix. On appelle ça la com positive, puisqu'on s'appuie sur des preuves. Et on y va.<sup>33</sup>

Alors que la communication positive promue par les organisations professionnelles agricoles au début des années 2000 était centrée sur les seuls agriculteurs, le modèle de France AgriTweets invite les acteurs économiques à s'exprimer eux aussi au nom (et en défense) de l'agriculture. Il s'agit ainsi de s'aligner sur les normes et les codes produits au sein de la communauté des AgriTweets plutôt que de chercher à contrôler directement ou indirectement les contenus publiés par les agriculteurs en les produisant ou en les finançant. Suivant cette suggestion, l'agrochimiste FMC a par exemple entrepris de structurer un réseau d'"ambassadeurs" sur les réseaux sociaux, constitués de techniciens de l'entreprise, chargés de mettre en ligne des contenus qui décrivent leurs pratiques professionnelles au quotidien. Outre le partage de mots d'ordre ou de pratiques de communication, certains acteurs économiques cherchent à enrôler les membres les plus en vue de l'association, régulièrement invités à participer aux événements professionnels, salons ou journées d'expérimentation que nous avons pu observer au cours de cette enquête, qu'ils contribuent ainsi à visibiliser.

L'émergence de France AgriTweets et son audience croissante au cours des cinq dernières années contribue à une transformation de la représentation des mondes agricoles dans l'espace public numérique, et au-delà dans l'espace politique et médiatique en général. Les initiatives émergentes et non concertées issues de ce collectif, par le succès qu'elles rencontrent auprès d'acteurs médiatiques, politiques et économiques nationaux, reformulent le discours de l'unité agricole en élargissant ses protagonistes au-delà du seul groupe professionnel des agriculteurs, vers la défense des filières productives.

## Conclusion

La contre-mobilisation agricole face à la critique environnementale, dont nous avons étudié le déploiement dans l'espace public numérique, constitue un objet original qui permet de relativiser l'opposition classique entre l'action stratégique et discrète de lobbying, coordonnée et orchestrée par les acteurs économiques dominants, et l'action décentralisée et spontanée des mouvements sociaux en ligne, qui évoluent de façon fluide, sans structures ni dirigeants. La "communication positive", la lutte contre l'agribashing, ou encore le hashtag et le collectif France AgriTweets ouvrent de nouvelles possibilités d'expression et de socialisation pour des individus sans nécessairement avoir de mandats ni d'expérience politique préalable. Dans cet

---

<sup>33</sup> Entretien avec Renaud, réalisé en mai 2021.

espace se côtoient des agriculteurs et des professionnels du secteur agricole, qui se forment progressivement un discours et une identité partagés. Cette contre-mobilisation rencontre l'intérêt d'acteurs économiques, qui voient dans France AgriTwittos un mouvement susceptible de redéfinir avec succès les codes de la communication des industries, toujours suspecte aux yeux du grand public.

Plus profondément, cette contre-mobilisation transforme les mécanismes de la représentation des mondes agricoles. Mouvement social doté d'une autonomie propre, appuyé sur une configuration sociale originale, il travaille - en deçà des controverses agro-environnementales - à la redéfinition des groupes sociaux et des modes d'expression légitimes du secteur agricole. Tout d'abord, il impose une manière volontairement pacifiée d'occuper l'espace public, non seulement en ligne mais aussi au-delà, au sein des organisations d'encadrement économique, technique et politique de l'agriculture. Deuxièmement, la contre-mobilisation redéfinit le périmètre du "monde agricole", en incluant les salariés para-agricoles, pour élargir ainsi la défense des agriculteurs à la défense de l'agriculture et de ses filières de production. Ici, le périmètre de la critique détermine, en retour, celui de la contre-mobilisation. La dénonciation d'un modèle agro-industriel productiviste conduit en effet à l'activation de solidarités entre agriculteurs, et salariés des entreprises de semences, de chimie ou de machines, mus par une expérience partagée de cette dénonciation et le projet commun d'y répliquer.

La critique du productivisme conduit paradoxalement des groupes sociaux et professionnels aux intérêts et statuts hétérogènes à *faire bloc* autour de la défense d'un modèle économique et technique. La contre-mobilisation est ainsi productrice de représentations partagées, par la construction d'une même vision de ce qu'est et doit être le monde agricole, mais aussi d'une incarnation commune dans l'espace public, appelée à y défendre cette vision partagée (Chartier, 1989). Si la littérature émergente sur les contre-mobilisations environnementales insiste sur l'asymétrie des moyens en faveur de l'industrie (Tindall *et al.*, 2022), le contre-mouvement que nous étudions dépasse largement le cadre d'une opération d'"astroturf" (Tindall *et al.*, 2021). Les conditions de sa genèse et de son succès, indépendants des stratégies industrielles ou syndicales, lui confèrent au contraire un capital d'authenticité (Walker & Stepick, 2020), fondé sur des appartenances sociales et des solidarités professionnelles. Ce capital constitue précisément la ressource rare que les contre-mobilisations initiées par l'industrie peinent habituellement à produire. Au-delà du cas agricole et environnemental, cette étude invite à généraliser le mouvement réalisé ici, qui prolonge le programme de la sociologie de la critique (Boltanski, 2009), en mettant au cœur de l'analyse la réception de la critique et ses effets génératifs sur le corps social.

## BIBLIOGRAPHIE

**Agrikoliansky É. & Collovald A.** (2014), « Mobilisations conservatrices : comment les dominants contestent ? », *Politix*, vol. 106, n°2, p. 7-29.

**Bastard I., Cardon D., Charbey R., Cointet J.-P. & Prieur C.** (2017), « Facebook, pour quoi faire ? : Configurations d'activités et structures relationnelles », *Sociologie*, vol. 8, n°1, p. 57-82.

**Beuscart J.-S.** (2017), « Des données du Web pour faire de la sociologie... du Web ? », in Menger P.-M. et Paye S. (dir.), *Big data et traçabilité numérique : Les sciences sociales face à la quantification massive des individus [en ligne]*, Paris, Collège de France, p. 141-161.

**Boltanski L.** (1990), « Sociologie critique et sociologie de la critique », *Politix*, vol. 3, n°10-11, p. 124-134.

**Boltanski L.** (2009), *De la critique*, Paris, Gallimard.

**Brulle R. J.** (2020), « Denialism: organized opposition to climate change action in the United States », in Konisky D. (dir.), *Handbook of environmental policy*, Northampton, MA, Edward Elgar Publishing, p. 328-341.

**Bruneau I.** (2013), « L'érosion d'un pouvoir de représentation: L'espace des expressions agricoles en France depuis les années 1960 », *Politix*, vol. 103, n°3, p. 9-29.

**Cardon D.** (2008), « Le design de la visibilité », *Réseaux*, vol. 6, n°152, p. 93-137.

**Cardon D.** (2010), *La démocratie Internet. Promesses et limites*, Seuil.

**Chartier R.** (1989), « Le monde comme représentation », *Annales. Histoire, sciences sociales*, vol. 44, n°6, p. 1505-1520.

**Chavalarias D., Gaumont N. & Panahi M.** (2019), « Hostilité et prosélytisme des communautés politiques. Le militantisme politique à l'ère des réseaux sociaux », *Réseaux*, vol. 2, n°214-215, p. 67-107.

**Chupin I. & Mayance P.** (2016), « L'agriculture en représentation(s): Luttes médiatiques, luttes syndicales », *Études rurales*, n°198, p. 9-23.

**Depecker T. & Déplaud M.-O.** (2021), « Les Français et leur alimentation. Défendre l'intensification chimique des industries agroalimentaires dans la France des années 1970: », *Sociologies pratiques*, vol. N° 41, n°2, p. 67-79.

**Foucart S., Horel S. & Laurens S.** (2020), *Les gardiens de la raison. Enquête sur la désinformation scientifique*, Paris.

**Fouilleux È. & Goulet F.** (2012), « Firmes et développement durable : le nouvel esprit du productivisme », *Études rurales*, n°190, p. 131-146.

**Gimenez E. & Voirol O.** (2017), « Les agitateurs de la toile. L'Internet des droites extrêmes. Présentation du numéro », *Réseaux*, vol. 2, n°202-203, p. 9-37.

**Greffet F.** (2023), « Les partis politiques par temps de plateformes. Mobilisations électorales, transformations organisationnelles, initiatives citoyennes », *Réseaux*, vol. 6, n°236, p. 9-33.

**Hobeika A.** (2013), « La collégialité à l'épreuve. La production de l'unité au sein de la FNSEA », *Politix*, vol. 103, n°3, p. 53-76.

**Jacomy M., Venturini T., Heymann S. & Bastian M.** (2014), « ForceAtlas2, a Continuous Graph Layout Algorithm for Handy Network Visualization Designed for the Gephi Software », *PLoS ONE*, vol. 9, n°6, .

**Jouët J.** (1989), « Une communauté télématique : les Axiens », *Réseaux*, vol. 7, n°38, p. 49-66.

**Knook J., Eastwood C. & Pinxterhuis I.** (2022), « Understanding mechanisms that agricultural producers apply in response to evolving social pressures », *Journal of Rural Studies*, vol. 89, p. 306-315.

**Laurens S.** (2019), *Militer pour la science. Les mouvements rationalistes en France (1930-2005)*, Paris, Éditions EHESS « Collection En temps & lieux ».

**Lemieux C.** (2018), « Paradoxe de la modernisation. Le productivisme agricole et ses critiques (Bretagne, années 1990-2010) », *Politix*, vol. 3, n°123, p. 115-144.

**Levain A.** (2016), « Une épreuve médiatique ? Les éleveurs bretons et les marées vertes », *Études rurales*, vol. 198, n°2, p. 171-194.

**Lo C. Y. H.** (1982), « Countermovements and Conservative Movements in the Contemporary U.S. », *Annual Review of Sociology*, vol. 8, p. 107-134.

**Meyer D. S. & Staggenborg S.** (1996), « Movements, countermovements and the structure of political opportunity », *American Journal of Sociology*, vol. 101, n°6, p. 1628-1660.

**Mills J., Reed M., Skaalsveen K. & Ingram J.** (2019), « The use of Twitter for knowledge exchange on sustainable soil management », *Soil Use and Management*, vol. 35, n°1, p. 195-203.

**Mottl T. L.** (1980), « The Analysis of Countermovements », *Social Problems*, vol. 27, n°5, p. 620-635.

**Neveu É.** (2011), *Une société de communication?*, Paris, Montchrestien.

**Nollet J.** (2015), « L'emprise du journalisme sur les catégories d'action publique: Le cadrage médiatique de la crise de la vache folle et ses usages dans le champ bureaucratique », *Questions de communication*, n°27, p. 21-39.

**Oreskes N. & Conway E. M.** (2010), *Merchants of Doubt: How a Handful of Scientists Obscured the Truth on Issues from Tobacco Smoke to Global Warming*, New York, Bloomsbury Press.

**Pasquier D.** (2018), *L'internet des familles modestes. Enquête dans la France rurale*, Paris, Mines ParisTech-PSL « Sciences sociales ».

**Phillips T., Klerkx L. & McEntee M.** (2018), « An investigation of social media's roles in knowledge exchange by farmers », Communication présentée au 13th European IFSA Symposium, , Chania, Grèce.

**Rénier L., Cardona A., Goulet F. & Ollivier G.** (2022), « La proximité à distance. Comment les agri-youtubers communiquent sur leurs pratiques », *Réseaux*, vol. 1, n°231, p. 225-257.

**Rheingold H.** (2000), *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, MIT Press.

**Riley M. & Robertson B.** (2021), « #farming365 – Exploring farmers' social media use and the (re)presentation of farming lives », *Journal of Rural Studies*, vol. 87, p. 99-111.

**Schradie J.** (2019), *The revolution that wasn't: how digital activism favors conservatives*, Cambridge, Massachusetts ; London, England, Harvard University Press.

**Sencébé Y.** (2021), « Agribashing. La (dis)qualification de la critique au temps de la transition agroécologique », *Vocabulaire critique et spéculatif de la transition agroécologique [en ligne]*.

**Sergi V. & Bonneau C.** (2016), « Making mundane work visible on social media: a CCO investigation of working out loud on Twitter », *Communication Research and Practice*, vol. 2, n°3, p. 378-406.

**Souillard N., Sebbah B., Loubère L., Thiong-Kay L. & Smyrniaios N.** (2020), « Les Gilets jaunes, étude d'un mouvement social au prisme de ses arènes médiatiques », *Terminal*, n°127, .

**Staggenborg S. & Meyer D. S.** (2022), « Understanding countermovements », in Tindall D. B., Stoddart M. C. J. et Dunlap R. E. (dir.), *Handbook of anti-environmentalism*, Cheltenham, UK ; Northampton, MA, USA, Edward Elgar Publishing, p. 23-42.

**Tindall D. B., Howe A. C. & Mauboulès C.** (2021), « Tangled Roots. Personal Networks and the Participation of Individuals in an Anti-environmentalism Countermovement », *Sociological Perspectives*, vol. 64, n°1, p. 5-36.

**Tindall D. B., Stoddart M. C. J. & Dunlap R. E. (dir.)** (2022), *Handbook of anti-environmentalism*, Cheltenham, UK ; Northampton, MA, USA, Edward Elgar Publishing.

**Walker E. T.** (2014), *Grassroots for hire: public affairs consultants in American democracy*, Cambridge, Cambridge Univ. Press « Business and public policy ».

**Walker E. T. & Rea C. M.** (2014), « The Political Mobilization of Firms and Industries », *Annual Review of Sociology*, vol. 40, n°1, p. 281-304.

**Walker E. T. & Stepick L.** (2020), « Valuing the cause. A theory of authenticity in social movements », *Mobilization: An International Quarterly*, vol. 25, n°1, p. 1-25.

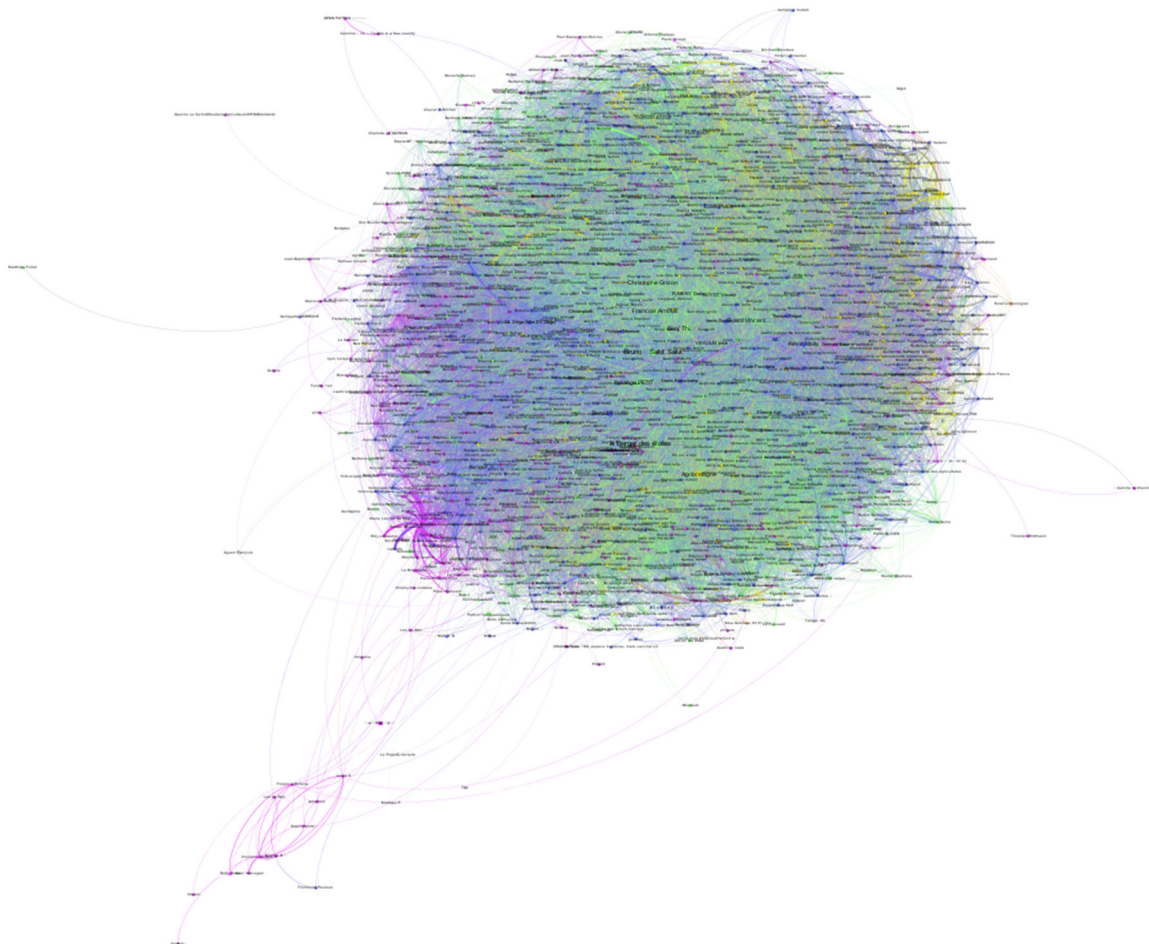
**Watts D. J. & Dodds P. S.** (2007), « Influentials, Networks, and Public Opinion Formation », *Journal of Consumer Research*, vol. 34, p. 441-457.

## ANNEXES

### Annexe 1 - Tableau des entretiens semi-directifs réalisés pour l'enquête

Fonction de l'interviewé.e	Genre	Date	Durée (min)
Ex-responsable communication, cabinet du ministre de l'agriculture	H	septembre 2021	68
Salarié de coopérative, membre du bureau de France AgriTweets (FrAgTw)	H	avril 2021	75
Responsable communication d'un groupe coopératif, membre FrAgTw	H	avril 2021	120
Communicante freelance mondes agricoles, membre FrAgTw	F	septembre 2021	99
Directeur d'agence de communication agricole	H	avril 2021	139
Responsable communication d'un groupe coopératif, membre FrAgTw	H	septembre 2021	104
Chargée de communication interprofession agricole	F	novembre 2021	61
Agriculteur, membre FrAgTw	H	octobre 2021	162
Dirigeante du Syndicat des rédacteurs de la presse agricole	F	mai 2021	70
Consultant communication pour les mondes agricoles	H	avril 2021	124
Membre d'un think tank agricole	F	avril 2021	84
Ex-responsable communication syndicat agricole	H	septembre 2021	93
Dirigeant Agridemain	H	mars 2021	75
Ex-communicant chambre d'agriculture, consultant	H	mars 2021	120
Agricultrice, membre FrAgTw	F	octobre 2021	62
Deux agriculteurs, membres FrAgTw	H	novembre 2021	65

### Annexe 2 - Graphe des retweets et mentions entre les comptes du corpus France AgriTweets.



Indication de lecture : Réseau des retweets, citations et mentions échangées par les 1435 comptes les plus actifs du corpus France AgriTweets, représenté via le logiciel Gephi. Chaque nœud est un compte ; le compte de l'association France AgriTweets, central car énormément cité (en raison même de la requête), a été retiré.

### **Annexe 3. Le monde socioprofessionnel des para-agricoles**

Indication de lecture : En dégradé de jaune, les associations employeur/fonction les plus fréquentes (hors autres/NA).

Employeur/Fonction	Econom.	Technique	Communic.	Ens. / Rech.	Journaliste	Autre	NA	Total
<b>Agrofourniture</b>	24	24	10	3	0	1	7	<b>69</b>
<b>OPA</b>	6	17	11	1	0	9	1	<b>45</b>
<b>Coopératives</b>	16	7	5	0	0	4	5	<b>37</b>
<b>Médias</b>	0	0	6	0	21	0	0	<b>27</b>
<b>Cabinets conseil</b>	7	1	9	1	0	1	0	<b>19</b>
<b>Enseignement</b>	0	0	0	15	0	0	1	<b>16</b>
<b>Agroalimentaire</b>	5	0	0	0	0	0	0	<b>5</b>
<b>Autre</b>	18	1	7	3	0	18	1	<b>48</b>
<b>Inconnu</b>	9	22	5	5	0	5	77	<b>123</b>
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>72</b>	<b>53</b>	<b>28</b>	<b>21</b>	<b>38</b>	<b>92</b>	<b>389</b>