



VALORISATION DES RESULTATS DE PROJETS DE RECHERCHE-DEVELOPPEMENT POUR LE CONSEIL AGRICOLE

Yves PAUTHENET *

Chambre Régionale d'Agriculture Auvergne-Rhône Alpes



*

Référent “VALORISATION” à la CRA AuRA depuis 2018 et précédemment au sein des programmes de Recherche-Développement du GIS Alpes du nord et du GIS Alpes Jura

Sommaire général

Le constat

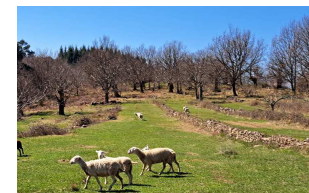
Qu'est ce que la valorisation ?

Différences entre valorisation et diffusion

A quel moment valoriser ?

Une démarche de valorisation en 10 étapes

En guise de CONCLUSION: facteurs de risques et d'échecs de la valorisation



LE CONSTAT

- ✓ Beaucoup de résultats acquis au travers de travaux de recherche, d'expérimentations, de suivis et d'expertises...
- ✓ ... qui sont relativement peu utilisés pour l'action.
- ✓ De nombreuses actions de diffusion pour faire connaître et rendre accessibles les résultats mais qui ne garantissent en rien leur utilisation sur le terrain.

D'où l'importance de **mieux VALORISER les résultats**, dans le sens d'accroître leur valeur ajoutée par rapport aux besoins du terrain.

Qu'est ce que la VALORISATION des résultats ?



C'est faire en sorte que les résultats de projets de R et D ne soient pas seulement **UTILISABLES** mais qu'ils soient **UTILISES** sur le terrain.

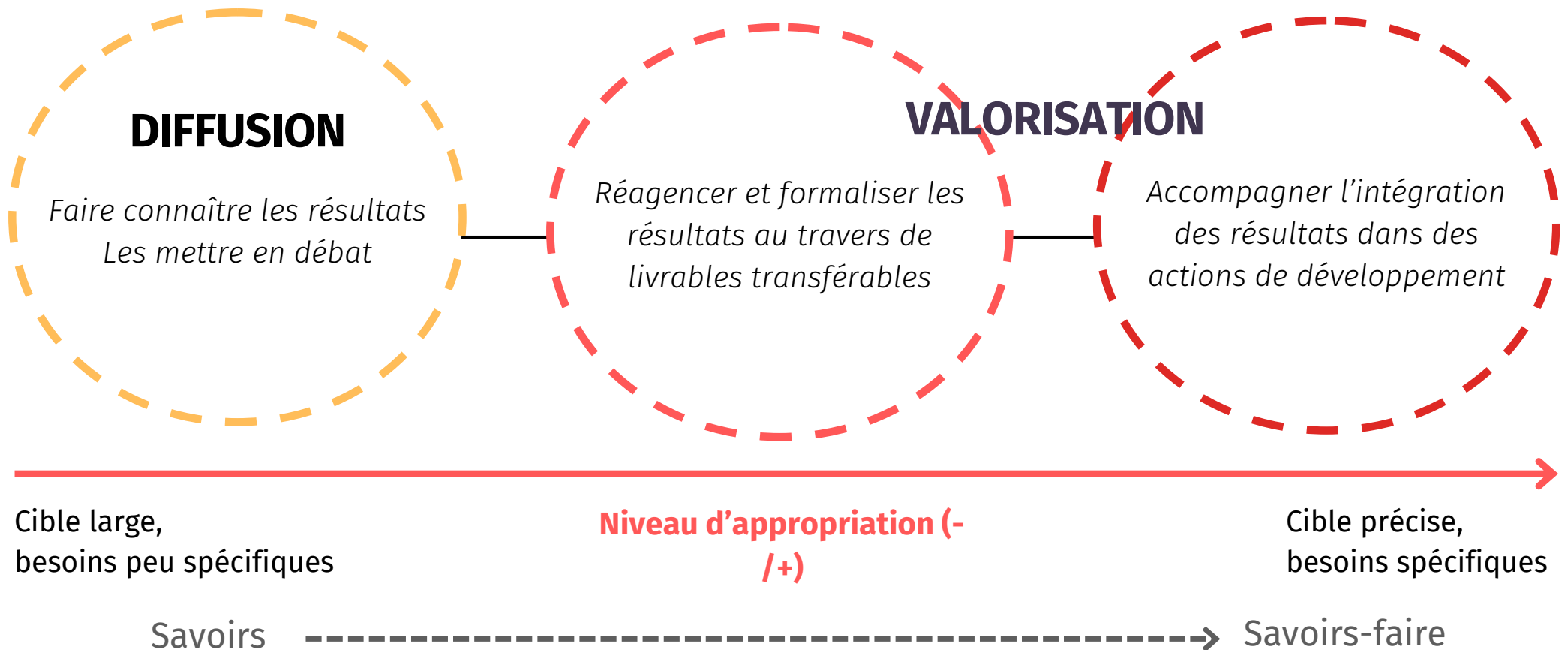
Comment ?

En intensifiant les moyens pour intégrer au maximum ces résultats dans des actions de développement.



La valorisation doit permettre de répondre concrètement à des besoins de changement.

Quelles différences entre “DIFFUSION” et “VALORISATION” de résultats ?



A quel moment valoriser ?

A partir d'un projet de
recherche-développement

La valorisation est intégrée
tout au long de la réalisation du projet

**Modalité
n°1**

La valorisation est enclenchée
en fin de réalisation du projet

**Modalité
n°2**

A partir d'une question
d'acteurs

Les résultats de projet(s) sont mobilisés
en réponse à la question

**Modalité
n°3**

Modalité n°1 : Valoriser tout au long de la réalisation d'un projet

EXEMPLE

Le PROJET

Prairies permanentes des Alpes du nord

Les RESULTATS

- Des relevés botaniques sur un échantillon de 169 prairies selon un gradient 1°) d'intensification des pratiques agricoles et 2°) du régime hydrique des sols
- Des descripteurs physiologiques de la végétation rendant compte de la fertilité du milieu et du niveau d'intensification des pratiques
- Des cinétiques de croissance et de valeur fourragère de l'herbe (sur 14 grands types de prairies; suivis sur 3 ans)



L'OBJECTIF



Comprendre les relations entre végétations, pratiques et conditions de milieu pour savoir comment mieux gérer les prairies permanentes à l'échelle des Alpes du nord

Les PARTENAIRES

- Inrae : Expertises sur les sols et les systèmes fourragers
- Ingénieurs R et D Suaci – Alpes du nord: Relevés botaniques, prélèvements d'échantillons d'herbe et de fourrages, analyse des données
- Conseillers fourrages des chambres d'agriculture de l'Isère, de Savoie et de Haute-Savoie: Expertises sur les pratiques et systèmes agricoles locaux.



Modalité n°1 : Valoriser tout au long de la réalisation d'un projet

EXEMPLE

Prairies permanentes des Alpes du nord : les actions de valorisation

En début de projet

Formation sur la connaissance de la flore des prairies à destination de conseillers, d'agriculteurs et d'enseignants de lycées agricoles



En milieu de projet

Réalisation d'une typologie des prairies (23 types) : Elaboration avec les conseillers agricoles **d'une clé de reconnaissance** des différents types et de **fiches par type** décrivant l'écologie de la prairie, les pratiques d'exploitation et les dynamiques potentielles d'évolution des végétations

Tests en situation de conseil et capitalisation des retours d'expériences



Code	Description	Code	Description
P1	Prairie de fauche à luzerne	P12	Prairie de fauche à luzerne et trèfle
P2	Prairie de fauche à trèfle	P13	Prairie de fauche à trèfle et luzerne
P3	Prairie de fauche à luzerne et trèfle	P14	Prairie de fauche à luzerne, trèfle et foin
P4	Prairie de fauche à luzerne, trèfle et foin	P15	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin et luzerne
P5	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin et luzerne	P16	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne et foin
P6	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne et foin	P17	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne, foin et luzerne
P7	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne, foin et luzerne	P18	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne, foin, luzerne et foin
P8	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne, foin, luzerne et foin	P19	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne, foin, luzerne, foin et luzerne
P9	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne, foin, luzerne, foin et luzerne	P20	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne, foin, luzerne, foin, luzerne et foin
P10	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne, foin, luzerne, foin, luzerne et foin	P21	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne, foin, luzerne, foin, luzerne, foin et luzerne
P11	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne, foin, luzerne, foin, luzerne, foin et luzerne	P22	Prairie de fauche à luzerne, trèfle, foin, luzerne, foin, luzerne, foin, luzerne, foin, luzerne et foin



En fin de projet

Réalisation de **fiches techniques de rénovation** de prairies dégradées à destination des agriculteurs et des conseillers "fourrages" (11 fiches en fonction du type de prairie et du niveau de dégradation)

Module de formation à la typologie des prairies



Modalité n°2 : Valoriser en fin de réalisation d'un projet

EXEMPL
E

Le PROJET

Organisation du travail dans les systèmes d'élevage d'Auvergne Rhône-Alpes

L'OBJECTIF

Face aux difficultés rencontrées par les éleveurs en matière de travail (quantité globale, pics d'activités, charge mentale, pénibilité) le projet a consisté, dans le cadre d'une thèse de doctorat, à analyser et à modéliser l'organisation du travail au sein d'une exploitation d'élevage.



Les RESULTATS

Thèse de Sophie Madelrieux (Cemagref) co-encadrée par L. Dobremez (Cemagref) et B. Dedieu (Inrae)
Madelrieux S, Dedieu B, Dobremez L (2006).

ATELAGE : un modèle pour qualifier l'organisation du travail dans les exploitations d'élevage. INRA Prod. Anim., 19 (1), 47-58.

Modalité n°2 : Valoriser en fin de réalisation d'un projet

EXEMPLE

L'action de VALORISATION

Action inscrite au programme "Pour et Sur le Développement Régional" (PSDR) de Rhône Alpes (2007-2009)

OBJECTIF

Elaboration d'un **outil de diagnostic de l'organisation du travail** au sein d'une exploitation d'élevage pour permettre au conseiller d'appréhender formellement avec l'éleveur les conséquences d'un projet de changements sur la réorganisation du travail, ceci afin de pouvoir anticiper d'éventuelles difficultés à venir.

REALISATION

Quatre étapes :

1. Constitution d'un **groupe de travail** associant : le Cemagref ; les Chambres d'agriculture de l'Isère, Savoie et Haute-Savoie ; la MSA des Alpes du nord ; le Lycée agricole de Savoie (EPLEFPA-Reinach) et le Suaci des Alpes du nord (coordinateur de l'action) dans le cadre du dispositif de Recherche-Développement GIS Alpes Jura.
2. Définition d'un premier **cahier des charges de l'outil** pour le conseil
3. **Test du modèle d'analyse** issu de la thèse de S. Madelrieux sur une vingtaine d'exploitations d'élevage des Alpes du nord, chacune se trouvant dans une dynamique de projet de changements : départ à la retraite, installation d'un nouvel associé, projet de nouveau bâtiment ou de diversification des activités, etc.
4. **Partage des résultats** au sein du groupe de travail et finalisation du cahier des charges de l'outil
5. **Rédaction du guide COTE « Changements et Organisation du Travail en Exploitation d'élevage »** comprenant une approche méthodologique issue d'une vulgarisation du travail de thèse, un guide d'entretien et une trame de restitution pour le conseiller à destination de l'éleveur.



Modalité n°3 : Valoriser à partir d'une question d'acteurs

EXEMPLES

Exemples d'actions de VALORISATION mises en oeuvre au sein des GIS Alpes du nord et Alpes-Jura

LE PORTEUR ET LA QUESTION

CdA 38

Comment expertiser les prairies sur coteaux secs en Isère ? (financement du conseil général de l'Isère)

ADA AURA

Mieux connaître le potentiel mellifère des prairies en fonction de leur diversité de végétations

Syndicat du Beaufort

Comment objectiver les problématiques de travail au sein des exploitations d'élevage en zone Beaufort ?

LA REPONSE

Les produits de valorisation créés

Mise au point avec les conseillers impliqués d'un **outil** permettant de caractériser rapidement la végétation de ces prairies

Méthode d'évaluation de la valeur mellifère et appréciation par type de prairie issu de la typologie du GIS Alpes du nord

Etablir avec les techniciens agricole de la zone un **questionnaire d'enquêtes** permettant de quantifier (nombre d'heures de travail par tâche) et de qualifier (ressentis en terme d'organisation et de pénibilité) le travail en exploitations d'élevage

LES CONNAISSANCES MOBILISEES

Typologie des prairies du GIS Alpes du nord **X** approche fonctionnelle d'Inrae permettant d'apprécier le rendement et la valeur fourragère d'une prairie à partir d'indicateurs simples

Relevés botaniques des prairies effectués pour élaborer la typologie GIS **X** expertises des techniciens apicoles et apiculteurs sur la valeur mellifère des principales espèces végétales

Outil COTE **X** Méthode bilan travail (Inrae-Idele)
Résultats d'enquêtes

AVANTAGES ET INCONVENIENTS de chaque modalité

A partir d'un projet de recherche-développement

A partir d'une question d'acteurs

La valorisation est intégrée au projet de tout au long de sa réalisation

La valorisation est enclenchée en fin de réalisation du projet

Les résultats de projet(s) sont mobilisés en réponse à la question



Permet de répondre sans délai aux besoins opérationnels des acteurs associés au projet

Permet de se consacrer pleinement à la valorisation une fois les résultats obtenus

Permet de mobiliser des résultats de projets divers



Suppose que des acteurs « utilisateurs finaux des résultats » soient bien impliqués tout au long de la réalisation du projet

Risque de décalage entre les résultats obtenus et les besoins opérationnels des acteurs

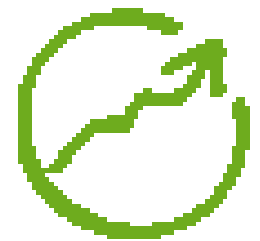
Nécessite du temps pour instruire le besoin, recenser et agencer en fonction les résultats (constitue en soi un projet)

LA VALORISATION : Démarche globale

Les Pré-requis

La valorisation suppose :

- ✓ L'identification précise d'un besoin ou d'une question de développement
- ✓ Des connaissances mobilisables à valoriser
- ✓ Un utilisateur (des produits de l'action) et un public bénéficiaire
- ✓ Un groupe de réalisation pertinent et opérationnel
- ✓ Un budget et un financement.



D'où la nécessité de respecter la mise en oeuvre d'**une démarche** en plusieurs étapes

LA DEMARCHE DE VALORISATION

10 ETAPES



1°) Caractériser le besoin

2°) Identifier les ressources à valoriser

3°) Mettre en place un groupe de réalisation

4°) Préfigurer un budget et un plan de financement

5°) Différencier les publics cibles

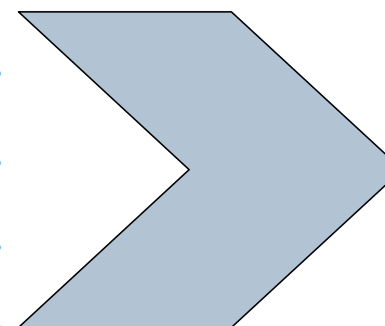
6°) “Faire parler” les ressources

7°) Définir le cahier des charges des produits de valorisation

8°) Réaliser les produits de valorisation

9°) Diffuser les produits de valorisation

10°) Faire un bilan



**GO / No GO
?**

Caractériser le besoin du terrain



ETAPE 1

Cette identification du besoin est à faire collectivement. A l'occasion par exemple de réunions d'équipes au sein d'une chambre d'agriculture; à l'occasion aussi de rencontres des « groupes- métier » qui réunissent au niveau régional des agents qui travaillent sur de même missions ou de même thématiques (fourrages, irrigation, bâtiments...).

Il s'agit alors de répondre à plusieurs questions :

Quelle est le ou les besoin(s) qui sous tendent) la mise en place d'une opération de valorisation ?

Ecrire clairement le ou les besoin(s) en précisant les manques actuels pour y répondre :

Pour quel(s) changement(s) concret(s) nécessaires sur le terrain et vis-à-vis de quel(s) public(s) ?

A quelle échelle ?

Quels seraient les risques si la question n'était pas traitée ?

Identifier les ressources à mobiliser



ETAPE 2

Quelles ressources existantes intéressantes à mobiliser en rapport avec le besoin exprimé ?

RESSOURCES N°	TYPE	AUTEURS	FORMAT	Description synthétique du contenu	Où la trouver ?	Conditions d'utilisation
1	Données, résultats d'enquêtes, de suivis, d'expertises...	Noms	Tableur, article, compte rendu, vidéo, outil...	Année Filière's) concerné(es) Périmètre géographique	Organisme, lien internet	Accès réservé, propriété intellectuelle
2						
....						

Mettre en place un groupe de réalisation



ETAPE 3

Quels partenaires (chercheurs, acteurs) associer en termes de compétences pour réaliser l'action ?

Agents de développement (utilisateurs des connaissances à valoriser) :

NOM, Prénom	ORGANISME	Adresse Mail	RÔLE au sein de l'action	Temps dédié

Chercheurs (producteurs des connaissances à valoriser) :

NOM, Prénom	ORGANISME	Adresse Mail	RÔLE au sein de l'action	Temps dédié

Autres (experts techniques, prestataires) :

NOM, Prénom	ORGANISME	Adresse Mail	RÔLE au sein de l'action	Temps dédié

Personne en charge de l'animation :

Préfigurer un budget et un plan de financement

ETAPE 4

Date de début et de fin de réalisation de l'action :

Budget et plan de financement :



DEPENSES	RECETTES
TEMPS d'agents + déplacements :	Publiques :
PRESTATIONS * :	Privées :
AUTRES (matériel, consommables) :	Autofinancement :
TOTAL :	TOTAL :

* Prestations souvent envisagées à deux niveaux :

- pour la réalisation par un partenaire externe d'une expertise des ressources mobilisées ;
- pour la réalisation des supports ou livrables de valorisation et pour assurer leur diffusion

DECISION D'ACTION ?

GO/NO GO ?



*

Différencier les publics cibles



ETAPE 5

Qui sont les publics **acteurs-clés** des transformations attendues et donc bénéficiaires prioritaires de la valorisation ?

Qui sont les publics éventuels qui pourraient faciliter ou au contraire freiner la mise en oeuvre des transformations souhaitées ?

Le schéma ci-contre basée sur une matrice INTERÊT/POUVOIR facilite la distinction de ces différents publics.

*La notion d'**INTERÊT** sera rapporte à l'envie et au besoin de mettre en oeuvre les transformations attendues via l'action de valorisation.*

*La notion de **POUVOIR** quant à elle concerne les capacités d'influence ou d'action relatives la mise en oeuvre de ces transformations.*

+ P O U V O I R	Les ACTEURS de contexte Consulter, convaincre	Les ACTEURS-CLES Impliquer
	La FOULE Informer	Les FACILITATEURS Concerner
-	INTERÊT vis à vis des changements attendus +	

Qui sont les publics “intermédiaires”, utilisateurs des produits de valorisation pour le compte des bénéficiaires ?

“Faire parler” les ressources



ETAPE 6

L’objectif ici est, pour chaque ressource identifiée, d’analyser précisément les connaissances à valoriser.

Bien évidemment cette étape ne s’applique que lorsque les ressources ne sont pas suffisamment connues, c’est à dire en particulier lorsque le processus de valorisation part d’une question d’acteurs (cas n°3, diapo 12) et n’est pas relié directement à un projet.

RESSOURCES N°	Quelles connaissances extraire ?	Pour quelles contributions de réponse à l’objectif de valorisation ?	Quelles propositions d’agencement avec d’autres connaissances issues d’autres ressources ?
1			
2			
....			

Cette analyse est souvent chronophage mais elle est essentielle pour définir pertinemment ensuite les produits de valorisation.

Pour qu’elle apporte une réelle plus value il est également important qu’elle se fasse le plus possible de manière conjointe dans le cadre d’échanges entre producteurs de ces connaissances et utilisateurs des produits de valorisation finaux. Ici le rôle de l’animateur est donc fondamental pour organiser et faire vivre ces échanges.

Définir le CAHIER DES CHARGES des produits de valorisation

ETAPE 7

Pour être utilisés par le plus grand nombre, les produits de valorisation doivent être :

- ✓ **UTILES**, ils doivent apporter une réelle valeur ajoutée sur le terrain par rapport à l'existant
- ✓ **UTILISABLES**, c'est à dire simple d'utilisation et dans un format compatible avec les pratiques habituelles des utilisateurs ciblés
- ✓ **TRANSFERABLES**, ce qui nécessite de les rendre compatibles pour être disponibles via des canaux de transfert efficaces (numérique, open source) et éventuellement intégrables dans des modules de formation.



Produit attendu N°	Pour quels utilisateurs ?	Quel CONTENU ?	POUR QUOI faire de plus par rapport à l'existant ?	Quel FORMAT privilégier pour qu'il soit facilement utilisable et transférable ?

REALISER les produits de valorisation



ETAPE 8

La bonne réalisation d'un produit de valorisation suppose l'implication :

- ✓ de personnes productrices de connaissances dans la rédaction de contenus ;
- ✓ d'agents utilisateurs du produit pour bien vérifier sa conformité par rapport aux attentes, dans le cadre de phases de validation intermédiaires (relecture, tests...) à caler avant sa finalisation ;
- ✓ de prestataires pour la formalisation du produit (chargé(e) de com., graphiste, vidéaste, imprimeur, concepteur de formation...)

Produit attendu TITRE et N°	QUI FAIT QUOI au sein du groupe ?	PRESTATAIRES ? Qui ? coût (devis) ?	CALENDRIER de réalisation	Charte graphique à respecter (auteurs, propriété intellectuelle, logos)

DIFFUSER

les produits de valorisation



ETAPE 9

Il s'agit d'une part d'**assurer une bonne identification** des produits de valorisation auprès des utilisateurs potentiels et d'autre part de **faire (re)connaître la démarche** pour la déployer ailleurs.

La stratégie de diffusion est à décliner selon les différents publics cibles identifiés (voir étape n°5).

Publics cibles	OBJECTIF	MESSAGES *	CANAUX * (Newsletter, site web, presse spécialisée, presse grand public, réseaux sociaux...)
Les ACTEURS-CLES	Impliquer		
Les FACILITATEURS	Concerner		
Les Acteurs de CONTEXTE	Consulter, convaincre		
La FOULE	Informar		

* Pour être particulièrement pertinent on pourra se référer au kit "**Comment améliorer mes pratiques de diffusion ?**" mis en place par les chambres d'agriculture d'Occitanie, de Bretagne, de l'Ariège, de la Nièvre et de la Saône-et-Loire : <https://tinyurl.com/kit-diffusion>

Faire un bilan



ETAPE 10

Basé sur différents registres d'appréciation (voir tableau ci-dessous), ce bilan a pour but de tirer des enseignements sur le déroulement de l'action et les livrables produits de manière à pouvoir améliorer la réalisation d'actions futures.

PARTENARIAT	Complémentarités des compétences	
	Qualité des échanges	
PRODUITS de VALORISATION	Qualité de mise en forme	
	Aspects pratiques et utiles	
IMPACTS	Nombre actuel d'utilisateurs des produits de valorisation	
	Niveau de connaissance des produits de valorisation au-delà des utilisateurs actuels	
	Perspectives d'utilisation des produits de valorisation au-delà de son périmètre de réalisation	
DIFFICULTES RENCONTREES	En termes de méthode, de temps, de financement...	
EN SYNTHESE	Degré de satisfaction des personnes associées dans la réalisation de l'action	
	Degré de satisfaction des utilisateurs des produits de valorisation	
	Perspectives de déploiement	

Facteurs de **REUSSITE** de la valorisation :



- ✓ Un objectif clair, un partenariat pertinent, un échéancier et un budget ;
- ✓ Le temps dédié et le positionnement de la personne en charge de l'animation, dans l'espace de relations entre les partenaires engagés dans l'action ;
- ✓ Une forte implication des acteurs du développement dans le portage de la question et dans la réalisation de l'action ;
- ✓ Les qualités d'expertise et de formalisation des ressources mobilisées.

EN GUISE DE CONCLUSION :

Les enseignements du bilan des actions de valorisation du GIS Alpes du nord

Facteurs d'ECHECS de la valorisation :



- ✓ Une maîtrise globale insuffisante du processus
- ✓ Défaut d'analyse des besoins des utilisateurs et des objectifs en termes de changement
- ✓ Des produits de valorisation travaillés par des experts mais qui ne trouvent pas de véritable déploiement sur le terrain
- ✓ Déficit d'engagement, pilotage par d'autres logiques, inertie liée au fonctionnement sur la durée
- ✓ Le manque de moyens humains et financiers

Et pour finir



Si vous trouvez que les nouvelles connaissances acquises ne servent pas suffisamment sur le terrain, la démarche de VALORISATION telle que proposée peut constituer une réelle voie de progrès.

Elle est susceptible d'apporter en effet des bénéfices à différents niveaux

:

- Des réponses concrètes à des questions de développement
- L'évolution des missions des agents et des offres de service
- Une alimentation des réflexions et décisions stratégiques des élus
- Une meilleure capacité à faire face voire à anticiper des changements
- Le développement de nouvelles prestations basées sur le déploiement de la démarche auprès d'acteurs (de filières, de territoires)
- Une plus grande proximité avec les acteurs de la recherche via le cadre de travail proposé propice à l'émergence de nouveaux questionnements partagés (nouveaux projets ?)

MAIS SOUS CONDITIONS FORTES D'ENGAGEMENT ET D'ORGANISATION

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES mobilisées

GERVASONI C. (sous la direction d'Y. Pauthenet - Suaci Alpes du nord), **2008**. Bilan de la valorisation des résultats du programme GIS Alpes du Nord "Période 2001 – 2006" : Quels enseignements pour l'évaluation d'un dispositif de Recherche Développement ? Mémoire de fin d'études Ingénieur de l'ENESAD, Spécialité Agriculture - 128 p

ROYBIN D., FLEURY P., BERANGER C., CURTENAZ D., 2001, Conduite de recherches pluridisciplinaires en partenariat et apprentissages collectifs. Le cas du GIS Alpes du Nord, Natures Sciences Sociétés, 9(3), 16-28p.

PSDR Rhône-Alpes, 2010. « Les principes de la valorisation par et pour les acteurs », 2 pages.



MERCI !



Avec le soutien financier de la Région et de l'Etat

