

4

Communication scientifique directe et nouveaux médias

Les scientifiques communiquent depuis plusieurs années de manière plus directe, rapide et instantanée à travers les réseaux sociaux¹, les *pure players*² ou encore les sites web des journaux traditionnels. Ces multiples possibilités de communiquer quasiment sans intermédiaire constituent un progrès majeur, mais aussi un risque.

Voici les usages et bonnes pratiques à respecter par les personnels INRAE qui utilisent ces médias à des fins professionnelles.

Pourquoi utiliser les réseaux sociaux ?

Les réseaux sociaux offrent de nombreux usages professionnels :

- Faire de la veille scientifique et technologique ;
- Identifier des experts d'un domaine ou les potentiels partenaires d'un projet ;
- Partager et discuter avec ses pairs ;
- Valoriser ses travaux de recherche, ses publications et son CV ;
- Contribuer à la visibilité et à la réputation d'INRAE dans la sphère publique.

Ils permettent une communication rapide, directe et accessible, vers des publics variés : journalistes, décideurs, partenaires, associations, citoyens... Mais cette grande accessibilité implique des risques et des responsabilités spécifiques.

Avant de publier, quelques questions essentielles

• À quel titre vais-je m'exprimer ?

En tant que scientifique dans mon champ d'expertise ? En tant que citoyen ? Au nom d'INRAE ? En tant que membre d'une communauté scientifique ou professionnelle ?

Il est essentiel de situer son propos et d'éviter toute confusion sur la position depuis laquelle on s'exprime.

• Mon message est-il scientifiquement rigoureux, sourcé, clair ?

Citer ses sources, mentionner les incertitudes, éviter les acronymes.

• Ma prise de position est-elle compatible avec les règles déontologiques ?

Respecter la charte d'expression publique INRAE, faire preuve de neutralité, ne pas engager l'institut sans légitimité.

NB : Ces points sont détaillés dans la  **Fiche N° 1**
La prise de parole, questions liminaires

Bien paramétrer son compte

- Soignez votre profil (nom, bio, photo/avatar, liens vers page pro INRAE).
- Clarifiez l'usage de votre compte : personnel, professionnel, ou les deux (avec prudence).
- Si votre affiliation INRAE est affichée, veillez à ce que vos propos respectent les principes de la charte d'expression publique INRAE.
- Séparez si besoin votre présence sur les RS entre compte personnel et compte professionnel. Attention : même un compte personnel reste public et traçable.

1. L'expression « réseau social » renvoie généralement aux médias sociaux, qui recouvrent les différentes activités qui intègrent technologie, interaction sociale entre individus ou groupes d'individus, et la création de contenu. Exemples : X, LinkedIn, Instagram, Facebook, etc. Il existe aussi des réseaux sociaux académiques dans le domaine de la science comme ResearchGate ou Mendeley.

2. L'expression désigne les entreprises œuvrant uniquement sur internet et particulièrement les sites web d'information sans édition papier. Exemples : Mediapart, Slate, Brut...

Quels réseaux pour quels usages ?

Plateforme	Utilisateurs actifs Monde 2025	Utilisateurs actifs France 2025
	1 milliard	33 millions
	2 milliards	26 millions
	3 milliards	31 millions
	580 millions	15 millions

Estimations Koredge 2025

X (ex-Twitter) : partage rapide d'infos, participation au débat public, interaction avec les relais d'opinions (journalistes, politiques, partenaires...)

LinkedIn : valorisation de carrière, communication institutionnelle (ambassadorat), partage de projets et de travaux de recherche (lancement, avancées, résultats)

Instagram : vulgarisation & sensibilisation via témoignages et expertises

Facebook : contribution aux débats sociétaux via l'image (infographies et photos)

YouTube : vidéos pédagogiques ou de terrain, interviews, mini-documentaires

Bluesky/Mastodon : réseaux alternatifs pour discussions thématiques, veille scientifique

INRAE est présent sur la plupart des plateformes. Avant de poster, assurez-vous que le compte de l'institut, ou celui de votre centre et/ou de votre département, s'il existe, n'a pas déjà publié la même information.



https://x.com/INRAE_France 
https://x.com/INRAE_Intl 



<https://www.linkedin.com/company/test-science/?viewAsMember=true>



https://www.facebook.com/Inrae.France/?locale=fr_FR



<https://www.instagram.com/inrae/?hl=fr>



<https://bsky.app/profile/inrae-france.bsky.social>

L'activité des comptes X de l'institut (en français et en anglais, ainsi que ceux des comptes de centres et de départements) avait été suspendue début 2025, pour plusieurs mois. Une reprise des posts et de l'animation de notre communauté (48K abonnés) a été validée pour 2026.

Conseils pour le ton et le format du message

- Adaptez votre langage au format des réseaux : phrases courtes et engageantes.
- Privilégier la clarté, la nuance et la pédagogie.
- Si vous exprimez une opinion fondée sur votre expertise, précisez vos valeurs, vos limites de connaissances et vos sources. Ne pas vous prévaloir du statut de scientifique INRAE pour défendre une opinion personnelle qui n'est pas directement liée à vos travaux.

Ce qu'il ne faut pas faire dans le cadre professionnel

- **Publier des résultats non validés**, sous embargo, ou confidentiels (strictement interdit à titre professionnel).
- **Réagir à chaud**, surtout sur un sujet sensible ou polémique.
- **Donner des opinions personnelles** sans référence à des faits scientifiques et être lacunaire sur la nature de vos propos.
- **Relayer, commenter ou participer à des échanges hostiles** ou dégradants (invectives, dénunciations).
- **Usurper un rôle ou une affiliation** (ex. : se présenter comme porte-parole d'un groupe ou d'INRAE sans mandat explicite).
- **Engager des discussions exprimant vos désaccords entre collègues INRAE**, mieux vaut traiter ces points qui font controverse au sein des départements scientifiques.

En cas d'attaque ou de harcèlement

- **Analysez le profil** (bio, abonnés, nature des posts). Ne perdez pas de temps avec les comptes qui provoquent systématiquement (trolls).
- **Ne répondez pas immédiatement**. Faites des captures d'écran, archivez les URL.
- **Signalez les contenus violents ou diffamatoires** sur la plateforme de l'État Pharos : www.internet-signalement.gouv.fr
- **Contactez rapidement** :
 - Votre hiérarchie ;
 - Le réseau communication INRAE ;
 - La direction des affaires juridiques ou la délégation à la déontologie.
- **Masquez ou bloquez** le compte problématique et désactivez vos notifications

INRAE peut accorder une protection fonctionnelle si, dans l'exercice de vos fonctions et dans le respect de votre rôle de scientifique et de la charte d'expression publique, vous êtes exposé à des violences, faits de harcèlement, menaces, injures, diffamations ou outrages, sans qu'aucune faute personnelle ne puisse vous être imputée.

Bonnes pratiques à retenir

- **Contextualisez votre propos** (compétence, affiliation, valeurs)
- **Restez rigoureux, clair et citez vos sources**
- **Pensez à l'impact à court mais aussi à long terme de vos posts**
- **Acceptez la contradiction**
- **Respectez l'autre** (scientifique, journaliste, citoyen) **et adoptez un ton courtois**
- **Évitez toute mise en cause personnelle**

Tribunes libres et leurs bonnes pratiques

- **Aujourd'hui les sites web de journaux, blogs, *pure players***, offrent un espace aux scientifiques bien plus important qu'auparavant pour publier des tribunes, qu'elles soient individuelles ou collectives.

 **Fiche** ➔ **N° 6 Glossaire, notions et définitions**

- Ce format de communication s'inscrit pleinement dans le cadre de la liberté d'expression du chercheur.
- **Règles de signature en fonction de la situation d'expression :**
 - Signature en tant que chercheur (chercheuse) d'INRAE si on parle en tant que scientifique sur son domaine de recherche (quelle que soit la nature de l'expression : avis, opinion, idées ou faits).
 - Sans signature INRAE si cela correspond à un engagement personnel à dissocier de ses recherches.



- Fiche** ① La prise de parole, questions liminaires
Fiche ② La prise de parole: timing et points de vigilance
Fiche ③ La prise de parole: 4 types de demandeurs
Fiche ⑤ Glossaire, notions et définitions
Fiche ⑥ Boîte à outils