

Plan de communication interne et externe de l'animation nationale des RITA 2025–2027

1. Contexte et enjeux

Le Réseau d’Innovation et de Transfert Agricole (RITA) constitue un dispositif unique dans le paysage agricole français. Présent dans l’ensemble des territoires ultramarins, il relie les acteurs de la recherche, du développement et de la formation autour d’un objectif commun : accélérer l’émergence et le transfert d’innovations au service des agricultures ultramarines.

Porté au niveau national par CDA France, en partenariat avec l’Acta et le Cirad, le réseau RITA s’appuie sur des dispositifs territoriaux actifs, ancrés dans la réalité des filières et des exploitations. Les RITA contribuent à la souveraineté alimentaire, à la transition agroécologique et à la résilience face au changement climatique dans les Outre-mer.

Le renforcement de la communication du réseau répond à plusieurs enjeux :

- améliorer la connaissance du dispositif au niveau national et la visibilité des actions locales ;
- valoriser les résultats, livrables et productions issus des partenariats RITA ;
- promouvoir les outils et centres de ressources mis à disposition par le réseau ;
- consolider le positionnement institutionnel du RITA comme acteur incontournable du transfert et de l’innovation agricole.

Ce plan de communication est une proposition de cadre commun de diffusion et de valorisation, au service de la cohérence et de la reconnaissance collective.

2. Objectifs de communication

Objectif général

Accroître la notoriété et la reconnaissance du réseau RITA comme dispositif phare du transfert d’innovation agricole dans les territoires ultramarins.

Objectifs spécifiques

1. Renforcer la visibilité nationale et territoriale du réseau et de ses actions.
2. Faire connaître les centres de ressources et documents phares : site web COATIS, chaîne YouTube, newsletter RITA.
3. Diffuser largement les productions (fiches outils, vidéos, rapports, actes de colloques, etc.) réalisées par les partenaires RITA dans les territoires, et par les réseaux partenaires.
4. Affirmer le rôle du RITA comme acteur central de la mise en réseau des acteurs de la recherche, de l’innovation, du développement et du transfert agricole dans les outre-mer.

3. Publics cibles

Publics internes

- Animateurs territoriaux RITA & Référents « Impact et transfert » ;
- Membres des comités de pilotage locaux et nationaux ;
- Partenaires techniques et scientifiques (au sein des réseaux de l'animation nationale des RITA : instituts, chambres d'agriculture, antennes régionales Cirad et Inrae et au-delà : organismes de formation...) ;
- Partenaires institutionnels (services déconcentrés de l'État et collectivités) ;
- Chargés de communication territoriaux (chambres d'agriculture, instituts techniques, antennes régionales Cirad, Inrae), appuis techniques, stagiaires et jeunes chercheurs.

Publics externes

- Ministères et institutions nationales (outre-mer, agriculture, recherche, transition écologique) ;
- Organismes de recherche et de développement (IRD, IFREMER, etc.) ;
- Agences (Odeadom, Anses, Ademe) ;
- Agriculteurs, organisations professionnelles et coopératives ;
- Étudiants et enseignants des lycées agricoles et établissements de formation ;
- Grand public agricole, notamment lors d'événements ou salons.
- Journalistes et médias agricoles et ultramarins ;

4. Messages clés

- Le RITA est un réseau ouvert au service des agricultures ultramarines.
- Il relie la recherche, la formation et le développement agricole.
- Il vise à accélérer le transfert de solutions concrètes vers les exploitations.
- Il s'attache à résoudre des problématiques reliées à 3 grandes thématiques phares :
 - L'adaptation et l'atténuation face au changement climatique et l'accès à l'eau ;
 - La souveraineté alimentaire en lien avec les consommateurs et les marchés ;
 - La diminution de la dépendance aux intrants importés, en lien avec l'économie circulaire.
- Ses outils (site COATIS, YouTube, newsletter) rendent visibles les savoirs et innovations issus des territoires.
- Il favorise la coopération inter-outre-mer et la mutualisation des outils et des connaissances spécifiques.
- Le RITA contribue à la souveraineté alimentaire, à la transition agroécologique et à la résilience climatique.

5. Axes de communication

Axe 1 – Communication interne et inter-RITA

Objectif : renforcer la circulation d'information et la cohérence entre dispositifs territoriaux.

- Interactions régulières entre animateurs : « RAR » (réunions des animateurs de réseaux), groupe whatsapp dédié à la circulation d'information et aux points d'actualité, temps de cohésion des partenaires et animateurs des RIAT en marge du SIA à Paris.
- Partage d'outils communs : cartographie des réseaux territoriaux, *Mallette RITA de l'animateur de réseau*, charte graphique des RITA.
- Valorisation croisée des productions entre territoires via COATIS, les webinaires et séminaires virtuels organisés ou encore la newsletter « L'actu des RITA ».
- Capitalisation d'expériences sur l'animation et le transfert, lors des ateliers proposés dans le cadre du SIA, d'évènements sur les territoires (Agrofert'Îles, Séminaire EcophytoDOM, Comités de pilotages régionaux).

Axe 2 – Communication externe institutionnelle

Objectif : accroître la visibilité du réseau auprès des partenaires nationaux et institutionnels.

- Mise en avant du RITA dans les évènements nationaux (Salon de l'Agriculture, colloques, webinaires) et lors des rencontres des réseaux partenaires (Réseau national Agricultures et Ruralités, GO-PEI, Ecophyto...)
- Diffusion des livrables et fiches de résultats via la newsletter et les centres de ressources.
- Développement de supports institutionnels (plaquette, présentation PowerPoint, visuels communs).
- Valorisation des coopérations nationales (CDA France, Acta, Cirad).

Axe 3 – Communication professionnelle

Objectif : valoriser le réseau dans son ensemble auprès des agriculteurs et des conseillers agricoles, dans les territoires.

- Actions de visibilité lors des événements agricoles territoriaux (stand et animations « RITA national » lors de salons et journées techniques).
- Organisation de journées techniques et visites terrain, dédiées aux conseillers et agriculteurs ultramarins, lors de temps de regroupements en hexagone (en amont du SIA par exemple, ou en marge du salon Tech&Bio).
- Développement de formats visuels accessibles : vidéos courtes, infographies, podcasts.

Axe 4 – Communication digitale

Objectif : structurer et renforcer la présence numérique du réseau.

- Consolidation du site web COATIS comme plateforme de référence.
- Enrichissement de la chaîne YouTube RITA (reportages, tutoriels, conférences).
- Publication régulière de la newsletter RITA : mise en avant des productions et actualités des territoires.
- Mise en œuvre du planning éditorial pour une communication de l'animation nationale des RITA sur les réseaux sociaux professionnels.
- Optimisation du référencement naturel du site et des contenus par un travail attentif sur les métadonnées.

6. Outils et supports

Supports existants :

- Centre de ressources COATIS, vitrine des productions et actions RITA.
- Chaîne YouTube « Les RITA dans les Outre-mer » : vidéos de témoignages, webinaires, restitutions d'événements.
- Newsletter nationale : relais des actualités, appels à projets, productions.
- Documents de valorisation : fiches outils, actes de colloques, livrets méthodologiques et de synthèse, MOOC (parcours de ressources pédagogiques spécifiques à destination des acteurs de terrain).
- Mallette RITA de l'animateur de réseau (support numérique).
- Événements : colloque annuel RITA, Séminaire virtuel, webinaires thématiques.
- Planning éditorial pour une communication de l'animation nationale des RITA sur les réseaux sociaux professionnels

Nouveaux outils à développer :

- Mallette RITA de l'animateur de réseaux (support physique).

7. Calendrier et plan d'actions (2025–2027)

2025

- Valorisation du réseau au Salon de l'Agriculture de Paris, lors du Colloque annuel des RITA.
- Lancement de la newsletter « *L'actu des RITA* » (semestrielle, 2 éditions).
- Organisation du premier *Séminaire virtuel RITA*. Ouvert à l'ensemble de la communauté des acteurs du développement agricole, de la recherche et de l'innovation, il a rassemblé 156 participants uniques et compté 386 connexions sur l'ensemble des 9 webinaires proposés (octobre 2025).

2026

- Lancement du centre de ressources rénové, COATIS « nouvelle génération ».
- Renforcement de la newsletters (1 par trimestre).
- Renforcement des publications sur les réseaux sociaux professionnels.
- Consolidation des liens presse et relais institutionnels.

2027

- Bilan de visibilité et d'impact du plan de communication.
- Diffusion d'un rapport “3 ans de communication RITA”.
- Ajustements stratégiques pour le plan suivant (2028–2030).

8. Gouvernance et moyens

La mise en œuvre du plan repose sur :

- une coordination nationale, assurée par la CAN RITA (CDA France, Acta et Cirad) ;
- les animateurs territoriaux des RITA et les référents « Impact et transfert » (mission à venir dans le cadre de RITA'ACTION), qui seront les garants du relais local et national.

9. Évaluation et indicateurs

Indicateurs quantitatifs

- Taux d'ouverture et de clics de la newsletter ;
- Nombre de vues et d'abonnés sur la chaîne YouTube ;
- Audience du site COATIS (visiteurs uniques, temps de lecture) ;
- Nombre de livrables valorisés et diffusés ;
- Nombre d'abonnés et taux d'interaction LinkedIn.

Indicateurs qualitatifs

- Niveau de reconnaissance du RITA auprès des partenaires nationaux et territoriaux ;
- Perception de la cohérence et de la lisibilité du réseau ;
- Retombées presse et mentions institutionnelles ;
- Niveau d'engagement des territoires dans la communication commune.

Ce plan de communication 2025–2027 offre un cadre partagé pour renforcer la visibilité, la cohérence et la valorisation du réseau RITA.

Il vise à faire du RITA une référence du transfert d'innovation agricole dans les Outre-mer, reconnue pour sa capacité à relier les acteurs, à mutualiser les savoirs et à diffuser les réussites.

En valorisant ses productions, ses centres de ressources et les initiatives de ses partenaires, le RITA affirme son rôle structurant dans les politiques d'innovation et de développement agricole, au service des territoires ultramarins et de la souveraineté alimentaire.