



CONSEIL INTERREGIONAL DU CHEVAL

PICARDIE/NORD PAS DE CALAIS

ETUDE D'IMAGE

(PHASE II des INVENTAIRES DE LA FILIERE INTERREGIONALE)

RAPPORT FINAL

1^{er} Octobre 2003

Sommaire

1	<u>INTRODUCTION</u>	4
1.1	<u>Objectifs de l'étude</u>	5
1.2	<u>Méthodologie</u>	6
	<u>Phase 1 : Analyse documentaire et Stratégie</u>	6
	<u>Phase 2 : Investigations sur le terrain</u>	7
	<u>Phase 3 : Analyse des résultats</u>	8
	<u>Phase 4 : Restitution finale</u>	8
2	<u>SYNTHESE DES RESULTATS DE L'ETUDE D'IMAGE</u>	10
2.1	<u>L'image interne</u>	10
2.1.1	<u>L'unanimité des professionnels</u>	11
2.1.2	<u>Les Items et les images mises en évidence par l'étude</u>	16
2.2	<u>L'image externe</u>	17
2.2.1	<u>L'image du Cheval</u>	18
2.2.2	<u>L'image du Conseil Interrégional du Cheval PICARDIE / NORD PAS de CALAIS</u>	22
3	<u>RECOMMANDATIONS SUR LA STRATEGIE DE COMMUNICATION DU CIC</u>	26
3.1	<u>Les enjeux de la communication</u>	26
3.2	<u>Les objectifs et axes de communication</u>	26
3.2.1	<u>Donner un statut Institutionnel "incontournable" au C.I.C.</u>	26

Conseil Interrégional du Cheval Picardie / Nord - Pas de Calais

3.2.2	Donner une image claire des compétences et des missions du C.I.C.	27
3.2.3	Donner une image de Centre d'Actions au C.I.C.	27
3.2.4	Fédérer l'ensemble des professionnels du Cheval en un seul interlocuteur	27
3.2.5	Concentrer l'ensemble des projets et des initiatives des Prescripteurs Territoriaux en matière de projets cheval	27
3.2.6	Rassurer par la transparence et la Publication des actions et des projets, l'Inter-Région professionnelle et politique	27
3.2.7	Communiquer avec le grand public et contribuer à créer ue dynamique territoriale 'CHEVAL'	27
3.3	Les cibles et les moyens	28
3.3.1	Les cibles	28
3.3.2	Les moyens transversaux à toutes les cibles	29
3.3.3	Les moyens spécifiques à chaque cible	29
3.4	Le phasage des premières actions à mettre en oeuvre	30
3.4.1	4^{ème} trimestre 2003	30
3.4.2	Saison 2004	30

1 Introduction

Il nous a semblé indispensable de rappeler en préambule les contextes successifs dans lesquels cette étude s'est déroulée car ceux-ci ont influé considérablement sur les adaptations méthodologiques en cours de projet, sur les résultats obtenus et la préconisation en stratégie de communication qui en découle.

Notre première réponse au cahier des charges de l'appel d'offre de la phase II des Inventaires qui a été faite au Comité de Pilotage du Conseil Interrégional du Cheval Picardie/Nord-Pas de Calais, a eu lieu en Mai 2002, ses précisions méthodologiques en juillet 2002 après première audition et la commande a pris corps fin Août 2002 (signature de la convention en Septembre suivant).

Notre premier constat a porté sur deux plans (Comité de Pilotage Octobre 2002) :

- La Filière Professionnelle Cheval n'était pas aussi homogène dans ses attentes que le sont souvent, au stade de la communication, les filières professionnelles plus anciennes.
- Notre besoin en informations préliminaires trouvait une réponse nécessaire à la mise en œuvre de notre méthodologie dans les divers documents rassemblés et dans l'étude très complète réalisée par Les HARAS de Compiègne sous la Direction de Monsieur LANNIAUX dans le cadre de la Phase I, mais celle-ci demandait un complément socio-économique.

Ce document répondait à un cahier des charges très professionnel donc très technique et zoologique que nous nous devons de compléter, comme initialement évoqué dans le cadre de notre collecte d'informations préliminaires.

Le rendu de cette Etude a permis la production d'une première présentation et d'un rapport en octobre/novembre 2002

Après compléments et mise en forme, retardés par les circonstances et les changements d'acteurs au sein du Comité de Pilotage, les Haras ont produit une présentation par tableaux lisibles par tous, des données socio-économiques de base de l'Interrégion, des deux Régions et de chacun des cinq départements sont présentés avec la synthèse de leurs analyses respectives par Monsieur Stéphane de VEYRAC, Directeur des Haras de Compiègne.

Ce document a été largement diffusé auprès des membres du Conseil d'Administration et des Institutionnels dès avril 2003 et a permis le recadrage de l'étude qui a abouti aux modifications méthodologiques qui ont suivi.

1.1 Objectifs de l'étude

Tels que décrits dans la demande initiale du printemps 2002 par le Comité de Pilotage des Inventaires du Conseil Interrégional du Cheval Picardie/Nord-Pas de Calais, les objectifs de l'Etude d'Image étaient les suivants:

- réaliser un audit d'image de la filière du cheval auprès des décideurs, notamment responsables politiques des deux régions.
- dégager les points forts et les points faibles de cette image, les attentes des élus à l'égard du cheval, les critères importants pour les décideurs publics dans l'attribution des aides à la filière du cheval.
- permettre au CIC de communiquer avec plus de pertinence afin d'optimiser ses moyens d'actions et de développer une image utile et positive.

A l'issue des différentes évolutions et recadrages, les objectifs finaux n'ont pas changé.

Seules des étapes intermédiaires, imprévisibles au commencement du projet, sont venues modifier la méthodologie utilisée et son déroulement en s'y ajoutant.

Les divergences au sein de la filière et des territoires dont il est fait état dans la restitution de l'image interne ont créé la difficulté de définir l'image du CIC Picardie/Nord Pas de Calais, une image unique, commune à la filière, communicable aux interlocuteurs qui se repèrent parfois difficilement devant les sigles multiples.

Ceci nous a amené, après concertation avec le Comité de Pilotage, à donner des définitions précises de ces images et à séquencer les objectifs intermédiaires pour dégager une image claire à l'interne du CIC Picardie/Nord pas de Calais et de son rôle avant même d'aller la porter à "l'extérieur" de celui-ci.

1.2 Méthodologie

La Méthodologie finale effectivement mise en œuvre a été le fruit d'une adaptation constante de la méthodologie initialement prévue, à la fois aux circonstances historiques de l'étude et à la stricte observation de deux impératifs :

- satisfaire aux objectifs et aux attentes du CIC correspondant à la commande
- adapter notre démarche pour ne pas nuire à l'image naissante du CIC au cours de l'étude elle-même

La mission s'est déroulée en suivant, comme initialement prévu, quatre phases.

Phase 1 : Analyse documentaire et Stratégie

Complément et précisions des cultures différentes sur la filière et ses différentes formes dans les deux Régions concernées (spécificités, particularisme, quantitatif, etc.) avec le Conseil Interrégional.

Cette 1ère phase a donc permis de s'adapter au fur et à mesure la méthodologie des étapes suivantes par une succession de modifications stratégiques sous le contrôle des référents du projet :

- constitution des fichiers et des bases de données des personnes à auditer
- sélection d'un panel représentatif numériquement et qualitativement après accord du Conseil Interrégional
- élaboration de la méthode et des outils d'enquête

Les perturbations sociales de mai et juin ont encore accentué les difficultés de prise de rendez-vous avec les responsables politiques.

La véritable raison a été surtout la volonté de ne pas communiquer dans un contexte où l'harmonie entre partenaires professionnels des 2 Régions n'était pas totale sur tous les objectifs.

En effet l'impossibilité à produire un document consensuel, synthétique, crédible, porteur de l'image positive du CIC Picardie/Nord Pas de Calais qui constituait une part importante de la mission, des attentes initiales et du guide d'entretien rendait problématique la prise de rendez-vous avec les responsables territoriaux.

Ceci s'applique aux phases 2 et 3 qui ont du être commencées et étalées du début de l'étude à sa fin en différant la communication avec les Décideurs Politiques et Institutionnels à la Phase 4 de l'Etude.

Phase 2 : Investigations sur le terrain

La Mission a été d'effectuer les interviews téléphoniques, les entretiens et d'administrer les enquêtes, d'en rendre compte, et d'organiser l'administration des résultats.

Selon la disponibilité des personnes à auditer retenues dans le panel représentatif et leurs disponibilités nous avons procédé: par ordre de priorité, aux entretiens face à face, aux recueils indirects (collaborateurs, manifestations), entretiens téléphoniques et, en dernier ressort, courriers, courriels, fax.

Le consultant chef de projet a réalisé la plupart des entretiens les plus stratégiques de façon à couvrir au maximum le champ d'étude et rencontrer les différents types de personnes sur l'ensemble du territoire, et 3 chargés d'études junior nous ont assisté pour réaliser un maximum de contacts (phase 2 et suite).

La liste des personnes contactées et les contacts effectués demeurent naturellement confidentiels sur décision du Comité de Pilotage.

Un courrier se recommandant du CIC a été adressé par ses soins précédemment à la première vague de contacts jusqu'en juin 2003.

Phase 3 : Analyse des résultats

Les résultats ont été analysés par nos soins et constituent la synthèse de ce rapport final approuvée par le Comité de Pilotage et le Conseil D'administration du CIC, communiqués sous la forme d'un **rapport intermédiaire** soumis au comité de pilotage :

- une analyse des résultats
- une synthèse
- un compte rendu des actions réalisées qui constitue les annexes (celles-ci peuvent faire l'objet d'une consultation sur demande pour la plus grande partie avec l'accord préalable du CIC)

Phase 4 : Restitution finale

Rédaction par les consultants du **rapport final** et de ses *annexes*. Ce rapport sera susceptible d'être, après présentation au Conseil d'Administration du CIC, retouché pour aboutir à un document définitif qui comprend :

- un exposé de la mission et un descriptif de la méthodologie
- une synthèse des résultats
- des recommandations stratégiques permettant d'axer le travail de communication ultérieur et une préconisation en terme de moyens de communication
- des annexes.

En outre, la synthèse fera l'objet d'une collaboration rédactionnelle pour l'édition d'un document qui permettra de porter l'image positive et motivante du CIC non seulement vers les Décideurs Politiques et Institutionnels des deux Régions et des Départements mais vers tous les professionnels mobilisés par les nouvelles données de l'avenir du Cheval.

Nous animerons le 1^{er} Octobre 2003 une présentation de résultats aux financeurs après éventuelles corrections postérieures au Conseil d'Administration du CIC, et participerons en appui/conseil à la rédaction d'un document de synthèse à caractère public.

En conclusion de ce paragraphe on peut donc constater que la différence méthodologique est plutôt d'ordre chronologique sans que les objectifs ou les contacts de l'étude aient eu à en souffrir.

Bien au contraire, le nombre de ceux-ci a été différemment géré mais est nettement plus important que celui prévu au départ, tant sur le plan de la qualité des contacts que de leur diversité.

2 Synthèse des résultats de l'étude d'image

Avertissement : une synthèse est volontairement réductrice aux thèmes et axes dégagés.

2.1 L'image interne

Sans reprendre ce qui a été précédemment exposé, cette image interne est le fruit de constats initiaux qu'il est indispensable de rappeler et qui, s'ils semblent évidents à présent à tous, ne l'étaient pas au début de cette étude.

Il nous semble, en fonction de l'expérience que nous avons acquise au contact d'autres filières professionnelles, qu'il s'agit d'une étape d'évolution normale dans la constitution.

En effet, en dehors des périodes de grande urgence sociale ou économique, il faut un temps certain pour que les différents métiers d'une filière professionnelle découvrent dans l'esprit de la majorité des professionnels constitués ou indépendants, leurs intérêts communs et puissent construire une image fédérée.

La démarche du CIC Picardie/Nord Pas de Calais est en cela sans doute encore plus audacieuse que d'autres puisque, au-delà des disparités très nombreuses qui séparent, celles et ceux qui ont eu et ont encore la volonté de la créer ont su prendre le recul nécessaire pour ne regarder que les synergies futures et le développement de tous.

Rappelons néanmoins à nouveau que les entretiens avec les Membres du Comité de Pilotage d'abord, et les différents contacts que nous avons avec les interlocuteurs "métiers" depuis la phase informative de l'appel d'offre et jusqu'à cette période nous ont amenés à exprimer des craintes successives lors des différents Comités de Pilotage sur la définition de cette image externe que nous n'arrivions pas à cerner avec clarté ; il nous devenait évident que si, malgré la culture acquise au fil des mois, l'image demeurait complexe pour nous, elle restait intransmissible de façon efficace à ces décideurs qui constituaient notre cible finale.

C'était là la rançon de la richesse de ces métiers dans leur diversité.

2.1.1 L'unanimité des professionnels

1er constat : ce qui rassemble

L'image des métiers de la Filière équine sur l'avenir du Cheval se rejoint en une foi commune en l'avenir et dans le développement des disciplines et des métiers traditionnels liés à l'élevage, aux courses, aux concours, à l'attelage, mais également à l'expansion des centres équestres, des poneys club, du tourisme équestre, de l'endurance, de l'insertion, du handicap, de minoration des risques de délinquances, de maîtrise de soi, etc.

Chacun parle de contact privilégié, de pédagogie du sentiment de la Nature, de l'effort et des vertus du sport, de trait d'union entre citadins et ruralité.

Economiquement et socialement, le développement de toutes ces activités débouchera inévitablement sur des créations d'emplois. De ce point de vue, on peut également évoquer la dimension éducative et d'insertion des activités du cheval.

De plus la clientèle des sports équestres et des activités de loisirs est majoritairement composée de femmes et d'enfants.

La volonté de démocratisation du cheval est communément exprimée comme une nécessité d'avenir.

Lorsque l'on aborde l'image du C.I.C. les réactions ne sont plus identiques et les acteurs adoptent diverses attitudes: pour ceux qui ne s'y reconnaissent pas il y a toute la gradation des réactions neutres ou négatives allant de la méconnaissance à l'hostilité, pour ceux qui sont dans des organismes déjà existants de la réserve prudente à l'hostilité franche.

Pour les membres du Conseil d'administration du CIC il demeure évident que la volonté affichée de travailler ensemble à la création d'une filière sur des projets d'avenir subsiste mais que bon nombre de responsables semblent prendre du recul par rapport à des clivages pourtant reconnus depuis les tous premiers contacts.

2ème constat : la résistance aux changements

Le monde du Cheval est depuis longtemps structuré dans les deux Régions et il est logique que l'arrivée d'un nouveau partenaire à prétentions fédératives suscite autant de défiances que d'intérêts de la part de tous les responsables d'organisations dont certaines existent depuis longtemps.

Le contexte de la décentralisation, des changements politiques et économiques, l'Europe, favorise également une attitude d'attente sur le court terme.

Alors que le CIC naissant organise sa présence et sa notoriété ainsi que ses réseaux, les responsables en Régions ou territoires ont leurs propres contacts avec les décideurs et les financeurs (souvent les mêmes), leurs réseaux propres de partenaires locaux, régionaux sur des opérations précises, des projets répétitifs ou structurants, et ils ne sont pas prêts à "mutualiser" car leur besoins immédiats en terme de développement sont différents.

3ème constat : la réalité de l'Interrégion

Le ressort de compétences des haras de Compiègne assure la cohérence de l'Interrégionalité mais ce critère semble marquer pour certains une quelconque dépendance du CIC Picardie/Nord-Pas de Calais avec une Institution qui, comme toute Institution réglementaire, n'a pas toujours fait l'unanimité.

Ceci montre que, malgré la volonté affichée de l'Etablissement Public Administratif des Haras Nationaux de se mettre à la disposition technique des sociaux professionnels, le travail de l'image n'est pas encore achevé.

La participation active des Haras à la création du CIC Picardie/Nord Pas de Calais est un fait qui marque positivement le CIC Picardie/Nord Pas de Calais auprès des Institutionnels et sans doute des politiques mais qui l'éloigne de la notion de filière professionnelle indépendante et fédérative.

Les socioprofessionnels des 2 Régions se sont en fait fédérés à des stades radicalement différents en termes d'image.

- La Picardie éprouve le besoin de mener des actions communes pour donner corps au CIC à travers des réalisations concrètes qui confortent son positionnement acquis dans sa propre Région en tant qu'acteur économique et social reconnu.

- Le Nord-Pas de Calais cherche dans le même temps à créer ses réseaux et à susciter des initiatives territoriales de financements d'actions pour entrer, en terme d'image positive, dans la vie économique au quotidien.

4ème constat : la réalité de la filière professionnelle "cheval" en Inter région

La volonté d'identifier le CIC Picardie/Nord Pas de Calais en tant que filière existe bien dans l'esprit de la plus grande partie de ses différents composants mais elle ne débouche pas sur une réalité perçue par tous les professionnels en tant que telle.

Cela signe un défaut de l'image interne important car il semble difficile d'opposer un discours et une image institutionnels différents de ceux relayés sur le terrain auprès des décideurs économiques par les professionnels.

A cet égard l'enquête grand public nous a révélé une diffraction de l'image spontanée dont les résultats sont très démonstratifs de l'absence, cette fois partagée par d'autres filières professionnelles, de toute **communication institutionnelle d'une image nettement recevable par tous les publics**.

Les nombreuses allusions à la "viande de cheval" finalité de nombreux individus équins nous ont été trop largement évoqués lors de l'enquête grand public.

- Les solutions proposées par chacun des partenaires sont issues de leur propre expérience, de leurs intérêts, de leur angle de vue particulier et différent : agriculteurs éleveurs selon leurs "spécialités", vétérinaires, tourisme équestre, centres hippiques, etc.
- Une conscience de la mise à la portée de tous du Cheval à travers ses diverses disciplines et applications, très différente selon les personnalités, les traditions personnelles souvent familiales et professionnelles, ainsi que les degrés respectifs de la volonté de réformisme et de conservatisme qui en découlent. (exemple: nécessités et difficultés de faire de l'attelage un sport de masse).
- La conscience collective des différences entre les deux Régions mais aussi de leurs complémentarités et de leur synergie de développement.

- Le point de rencontre demeure la nécessité d'être forts, unis et prêts pour développer la filière équine interrégionale, interlocuteur privilégié face à la décentralisation et à l' Europe mais ceci est-il réellement présent au quotidien pour les responsables de petites entreprises agricoles ou périurbaines ?

5ème constat: les dysfonctionnements constatés et leurs conséquences

Notre présence au sein du CIC Picardie/Nord Pas de Calais nous a permis de constater un certain nombre de dysfonctionnements internes dont nous vous devons de faire état :

- Les documents définissant le CIC, ses fonctions et attributions ainsi que son organigramme restent, difficiles de compréhension et d'accès pour un non professionnel ou amateur.
- Après une phase de mise sous pression normale pour un projet de cette importance la diffraction rapide des objectifs, comme signalé plus avant, a révélé une imprécision dans la coordination des cahiers des charges qui a été également réglée par le recadrage du Comité de Pilotage.
- La juxtaposition de personnalités charismatiques du milieu équestre et de représentations socio professionnelles qui, si elle est indispensable en terme de relationnel, semble nuire aujourd'hui à la crédibilité de l'image interne et externe du CIC en tant que représentatif de la filière équine.

Nous sommes parvenus cependant avec le Comité de Pilotage à une mouture unique d'une "profession de foi" du CIC.

Comme les interviews réalisées jusqu'au mois de mai l'ont montré, la plupart des interviewés institutionnels étaient informés des chocs culturels et emplis de confiance dans la finalité de la démarche

Nos conclusions en mai 2003 étaient donc les suivantes:

- L'objectif fédérateur du CIC Picardie/Nord Pas de Calais semble pour l'instant ne pas avoir été atteint pour le moins ni en terme de fédération, ni en terme de constitution d'une filière professionnelle reconnue par tous, tout en reconnaissant l'opposition naturelle des TPE (Très Petites Entreprises) au rassemblement et les oppositions d'hommes de passion inévitables au sein même de la filière.
- Le projet s'inscrit aujourd'hui dans un contexte national en pleine mutation où la filière émerge plus lentement que l'on ne l'espère ;
- Nous ne pouvons évaluer à ce stade le point de non retour mais il nous semble que le CIC rassemble suffisamment d'expériences, de reconnaissances et de motivations pour que l'on puisse espérer améliorer cette situation, en faire passer l'information et poursuivre de façon différente après avoir repositionné le projet.
- Ceci a été générateur d'un évident changement de stratégie de la part du CIC mais aussi de la part des financeurs qui participaient à cette réunion et ont partagé avec leurs homologues ces informations.

2.1.2 Les Items et les images mises en évidence par l'étude

- Une "implantation politique" liée aux cultures et aux réalités fondamentalement différentes dans les deux Régions.
- Une disproportion économique et sociale importante entre les filières professionnalisées liées aux courses ainsi qu'aux métiers en amont et en aval avec les entreprises de loisirs, par exemple.
- La coexistence d'entreprises très diverses en tailles et en moyens au sein des mêmes sous filières.
- L'existence de nombreuses organisations issues des utilisations, des réglementations, des traditions, des intérêts différents et la défiance conservatrice de certains face à la naissance d'une nouvelle structure.
- La confusion évidente entre une certaine absence de communication et un manque apparent de transparence, parfois rapidement assimilé à une absence de démocratie.
- Le désir évident ou l'impatience de nombreux acteurs de voir le CIC Picardie/Nord-Pas de Calais passer de la réflexion/concertation aux actions concrètes sous peine de voir ce qui sépare les deux Régions l'emporter sur ce qui les rassemble.
- La foi commune en l'avenir et dans le développement d'une filière représentative et complémentaire. Des disciplines et des métiers traditionnels liés à l'élevage, aux courses, aux concours, à l'attelage, mais aussi à l'expansion des centres équestres, des poneys club, du tourisme équestre, de l'endurance, de l'insertion, du handicap, de minoration des risques de délinquances, de maîtrise de soi.
- Le développement du cheval de sport et de loisirs à la fois comme retour à la nature, au lien des citadins avec une nouvelle ruralité (voir la nouvelle loi rurale), l'insertion économique de la filière en tant qu'acteurs créateurs de valorisation et d'emploi, donc de richesses collectives.
- L'évidence du besoin d'une représentation unique et fédérée des professionnels face à la nouvelle société et à la nécessité d'un acteur représentatif des professionnels de deux régions complémentaires par leur poids économique et social face aux nouveaux enjeux et à la régionalisation.

2.2 L'image externe

En préparant cette étude, nous savions que nous approchions un élément important de civilisation et qu'il faudrait compter avec la spécificité du cheval qui bénéficie d'un capital privilégié de sympathie dans toutes les contrées où il est lié à l'histoire de l'Homme.

Force motrice parfaitement intégrée à l'environnement aujourd'hui encore (débardage en forêts par exemple), moyen de locomotion universel, il nous semble juste de considérer le cheval comme indissociable de nos traditions rurales mais aussi de l'urbanisation et de notre affectif collectif.

Le principe de l'étude et le guide d'interview comprenaient une partie de recueil de l'image spontanée du cheval, puis un recueil mieux "informé" et seulement ensuite, le recueil de l'image du CIC Picardie/Nord-Pas de Calais suivi d'une information sur ses buts, ses projets, ses vocations.

Comme information préalable du Conseil d'Administration à cette restitution, il nous semble utile de reprendre nos premières propositions à travers le texte qui constitue le descriptif de l'image que souhaitait communiquer le CIC Picardie/Nord-Pas de Calais dès Janvier 2003.

" L'Inter région Picardie/Nord-Pas De Calais se hisse aujourd'hui aux tous premiers rangs des différents paramètres indicateurs de l'activité de la filière Cheval.

- *l'augmentation du nombre d'équidés, s'accompagne toujours de créations d'emplois salariés et non-salariés qui entraînent la croissance de l'activité des métiers transversaux directement ou indirectement liés à ce secteur (fermes équestre, gîtes, ...).*
- *La prise en compte systématique des Espaces Naturels (future Loi sur l'accès aux Espaces Naturels) attribue au cheval des fonctions de loisirs variés et actifs, sportifs et touristiques, mais aussi d'outils de travail qui respectent la Nature (en forêts par exemple).*
- *Le tourisme en pleine expansion dans nos deux Régions est sous tendu en partie par l'activité équestre créatrice de milliers de petits foyers de développement locaux, (élevage, encadrement) contribuant directement à l'enrichissement de nos territoires locaux.*

- *Plus que dans le reste du Territoire National les éleveurs de chevaux de l'Inter région Picardie/Nord-Pas De Calais sont attachés à l'espace rural et à son aménagement.*

Ils perpétuent ainsi une tradition toujours vivace du Pays Picard à La Flandre, de la Thiérache au Boulonnais et de l'Artois à l'Île de France en passant par le Hainaut.

- *Le cheval a sa chaîne thématique de télévision EQUIDIA qui contribue, avec les compétitions et les courses, à développer son image de sport/spectacle populaire et qui permet au PMU de dynamiser la Filière Equine.*
- *Cette chaîne offre la possibilité à un nombre croissant de téléspectateurs d'accéder à une pédagogie très suivie (cf. audimat : classée 4ème des chaînes câblées et satellites) sur "la plus noble conquête de l'homme" et la diversité de ses activités.*

2.2.1 L'image du Cheval

a/ L'étude de rue "éclair"

Il nous semblait intéressant de saisir l'opportunité qui nous a été donnée d'interroger brièvement et en préliminaire un échantillon aléatoire d'un millier de personnes dans vingt villes et bourgades de l'Inter région afin de recueillir les images que le mot cheval pouvait faire naître de façon spontanée.

Nous n'insisterons pas sur le résultat qui n'était destiné qu'à fournir d'éventuelles pistes à notre culture de l'image et dont la longue liste figure anecdotiquement en *annexe* mais il nous semble utile de citer les images spontanées les plus fréquentes.

Cette étude dont seulement 527 questionnaires/1000 administrés ont été estimés utilisables, témoigne au moins de la diversité non exhaustive des images liés au cheval et de leur aspect subjectif.

Comme le montre le tableau ci-dessous les courses arrivent en tête de l'image spontanée sur les trois premiers items, suivi par la viande qui arrive en premier dans les évocations (régionnalité oblige?).

Assez contradictoirement aux tendances dégagées par l'étude, l'équitation n'arrive qu'ensuite; on ne notera pas de particularité sociale significative.

L'évocation de l'animal ne se produit que de façon plus limitée.

Le point qui nous a semblé très positif est en fait le taux de non réponse spontané qui est de pratiquement de 0,5% des réponses validées ce qui situe, en terme d'existence d'une image, le cheval au niveau de réactivité du chien, sans présumer du contenu de la notoriété, bien entendu.

« Images du cheval » déclarées en spontané auprès du Grand Public (3 items possibles)

	Non réponse	course	animal	viande	western	image	équitation	élevage	divers	Total
1R2. idée cheval 1			58		14	55		29	4	527
2R1. idée cheval 2	138		38			4		35	8	527
3R1. idée cheval 3	317		41	33	33	29	20	4	6	527
Total	458		137		97	88		68	18	1581
					9%	8%		6%	2%	

Nous avons tenté de sérier les items par publics consultés mais on retrouve souvent les mêmes expressions de façon transversales dans toutes les catégories de personnes interrogées.

Il nous est apparu inutile dans cette synthèse de les répéter.

b/ L'image des Directions des Institutionnels - Financeurs

Nous avons procédé à trente et un entretiens à travers les cinq départements et les deux Régions concernées ainsi que la DATAR et les Services de l'Etat, les Chambres d'Agriculture et de Métiers, ainsi que des Syndicalistes Professionnels de la Viande. (se reporter en annexe).

L'image spontanée est bien entendue celle développée en introduction par l'écrasante majorité : très positive, ce qui est sans surprise.

A la seconde évocation, nous avons découvert chez une majorité d'entre eux qu'ils étaient, directement ou familialement concernés par la pratique d'un sport équestre, souvent propriétaires de chevaux de loisirs, quelques-uns éleveurs.

Deux d'entre eux reconnaissent même s'impliquer dans leurs fonctions professionnelles au sein du monde agricole afin de se donner les moyens de vivre leur passion pour le cheval.

Images du cheval déclarées en spontané (sans classement hiérarchique et non exhaustif)

La Nature	La puissance	La force	L'harmonie	La beauté	Le sport
Dépassement de soi	La compétition	Des mondes	Nos racines	Une passion	maîtrise
La liberté	Le jeu	Les courses	L'argent	Les races	De l'insertion
Des professionnels passionnés	Le lien entre la Ruralité et l'Urbain	La recherche de la perfection	Des mondes différents (1)	Les grands espaces naturels	Sensations fortes et/ou apaisantes

(1) le monde agricole, le monde des courses et le monde des loisirs et du sport.

c/ L'image des Politiques et décideurs -prescripteurs territoriaux

Nous avons réalisés seize entretiens directs et indirects (cabinets ou collaborateurs) à travers les cinq départements et les deux Régions concernées

On notera que ces opinions se recoupent souvent avec celles exprimées par les techniciens.

Nous n'avons cités que quelques exemples qui nous ont semblé représentatifs des différences qui peuvent exister selon les Régions, les départements, les villes et les choix.

" ... le monde du Cheval souffre de beaucoup de zones obscures..."

"...le paradoxe est de constater à quel point le milieu du cheval est à la fois proche et éloignés du monde rural..."

".. l'équitation était pour moi un sport de nanti; il a fallu un contact direct avec un responsable d'associations pour que je réalise qu'il était un ensemble de métiers, un moyen de créer une activité dans nos zones rurales et de s'articuler avec le développement touristique et des politiques d'emplois locales..."

"...le cheval appartient à notre culture profonde et représente une activité d'avenir pour beaucoup de jeunes de notre Région..."

" ... des chevaux, chez nous, il y en a partout, depuis les villages jusque dans les PMU...!"

" ... c'est sans doute un élément déterminant pour le lien entre monde des villes et des champs, une des clefs de notre développement économique.."

d/ L'image des publics usagers 'Cheval de sport et de loisirs" rencontrés:

Vingt-cinq divers entretiens ont été réalisés

"... les centres équestres, manquent le plus souvent d'espaces de convivialité et de confort ..."

"... chacun trouve sa discipline aujourd'hui dans la multiplicité de l'offre..."

2.2.2 L'image du Conseil Interrégional du Cheval PICARDIE / NORD PAS de CALAIS

a/ L'image des Directions des Institutionnels – Financeurs

Il nous a semblé plus déterminant pour ce Conseil d'administration de donner une synthèse en terme d'attentes plutôt que d'une image déjà décrite et aujourd'hui notoire

Les attentes quasi-unanimes des institutionnels à l'égard du CIC sont claires et simples à résumer.

Le discours de Monsieur GUILLEMOT à REIMS a été clair sur ce point qui était depuis le début une difficulté évidente: les Institutionnels Picards dans leur écrasante majorité sont désireux de voir des projets concrets se réaliser, alors que les responsables de la Région Nord/Pas De Calais sont dans une expectative d'informations sur ce champs économique et ces structures nouvelles qu'ils sont disposés à prendre en considération mais qu'il faut leur "vendre".

- Deux CIC Régionaux (vœux des Picards)
- Un Conseil Inter régions qui sera chargé de :
 - fédérer la filière à l'échelon d'un **interlocuteur** représentatif pour les Régions dans le cadre de la décentralisation ainsi que dans le nouveau cadre mieux défini du Cheval.
 - gérer pour l'Inter Région un **calendrier unique** des manifestations **toutes filières** et **hors filière** afin d'assurer une meilleure information donc une meilleure participation des publics.
 - examiner, évaluer et aider à la mise en œuvre de projets transrégionaux et interrégionaux des Régions et de leurs partenaires, les communautés de communes ou les communautés urbaines: rôle de bureau d'études (filtre) et d'assistance.
 - créer des synergies avec ce qui existe et éviter les projets doublons.

- Le Conseil Interrégional peut ainsi devenir :
 - partenaire des Régions dans le cadre des politiques territoriales mais aussi dans le cadre des politiques de formation, d'emploi et d'insertion,
 - observatoire et rapporteur avec le futur observatoire socio- économique des Haras.
 - interlocuteur des Haras sur le territoire de Compiègne.
 - organe de communication et d'image du Cheval et centre de ressources (SITE) pour tous les professionnels comme pour les particuliers en étant une plateforme de sélection et d'informations pour diriger professionnels et publics concernés vers les réponses à leurs demandes dans le grand nombre des structures existantes.

b/ L'Image des Politiques et décideurs prescripteurs territoriaux

- Il nous a fallu constater la différence existant là encore entre les deux Régions :
- En Picardie, le consensus, l'élan, la volonté et le tissu de relation profession/institution existent et se réalisent dans des projets avec la volonté obligée de structurer le Territoire dont ils assument la responsabilité et celui-là seul devant la disparité des niveaux d'engagement.
- Le CIC est donc considéré comme une structure dont on espère et dont on attend qu'elle clarifie ses missions et agisse en conséquences.
- Ceci est bien entendu le reflet des positions des techniciens.
- Dans le Nord/Pas de Calais tout est fonction du niveau de sensibilisation des politiques en fonction des activités de leurs territoires géographiques et de leurs compétences mais peu d'entre eux mesuraient, jusqu'en Juin 2003, le poids économique et la capacité à créer des emplois et des activités transversales liée à la Filière Cheval et donc à l'existence d'une vraie représentation Régionale.

- L'Interrégionalité n'est pas encore passée selon la plupart des institutionnels rencontrés dans les bonnes pratiques et donc le CIC, plus généralement les Conseils des chevaux, font l'objet d'une défiance naturelle compréhensible.

"... Le CIC doit être prêt à temps pour la décentralisation..."

c/ L'image des publics usagers 'Cheval de sport et de loisirs' rencontrés

Le CIC n'a d'existence réelle chez les nombreux usagers (de plus en plus), que pour les non professionnels structurés en associations et qui demeurent des partenaires potentiels.

Ceux-ci sont dans l'attente d'une ouverture qui leur permette de s'investir et de valoriser leurs projets en s'approchant du monde des professionnels avec la considération due aux consommateurs finaux qu'il ne faut en aucun cas décevoir. (Annexe)

En conclusion de cette synthèse, l'étude d'image a permis d'objectiver les aspects positifs et les aspects négatifs des images respectives du cheval, du monde des professionnels du cheval et du Conseil Interrégional du Cheval Picardie/Nord-Pas de Calais.

Après les événements de l'été tant à l'interne du CIC que dans les déclaratifs des Politiques, le bureau et le Conseil d'Administration du CIC ont décidé de terminer au plus direct et au plus concret la phase des inventaires réalisables et de rendre compte aux financeurs avant de lancer le schéma directeur et la campagne de communication qui suivra.

C'est cette proposition de stratégie de communication qui est exposée sous forme de plan et d'outils ci-dessous, constituant la trame qu'il nous faut éventuellement améliorer afin de faire des choix "politiques" après la consultation du CIC et des financeurs institutionnels concernés.

Le déroulement de l'audit d'image a montré la nécessité d'identifier les produits et les axes de communication du CIC Picardie/Nord-Pas de Calais, les objectifs et les cibles.

Aux dires des psychologues, le cheval dans son image ne présente pas plus d'aspects négatifs que le taux normal de populations souffrant de peur des animaux par caractère personnel ou manque de pédagogie active (peu d'occasion pour un citadin pur et casanier, il y en a, de trouver un cheval en ville) le taux de rejet est beaucoup moins élevé que pour le chien par exemple .

D'ailleurs l'évolution actuelle du cheval "d'outil", d'animal de labeur, ou de moyen de transport, en animal de sport, de contact avec la Nature et en fait d'animal de compagnie, évoque en moins d'un demi siècle, l'évolution millénaire du chien qui d'animal utile et parfois spécialisé dans les temps les plus anciens demeure aujourd'hui majoritairement animal de compagnie et/ou spécialisé dans des tâches de défense, de gardiennage ou de sport en (chasse, mais très rarement courses).

C'est sans doute là que la mécanisation et la rentabilité ont aussi poussé le monde rural et économique à un progrès pas toujours en harmonie avec l'équilibre homme/nature.

3 Recommandations sur la stratégie de communication du CIC

3.1 Les enjeux de la communication

Les circonstances économiques, sociales et politiques d'aujourd'hui offrent une opportunité à un Conseil Interrégional du Cheval de promouvoir son image auprès de tous ses partenaires sur l'entièreté de ses territoires et des ses compétences en devenant l'interlocuteur d'une vraie interprofessions au niveau des Régions et des Territoires qui les composent.

Mais il faut, avec les moyens dont il dispose, prendre une place que d'autre prendront avec sans doute des préoccupations différentes et ce en différenciant les missions et les cibles en fonction des spécificités des deux Régions.

3.2 Les objectifs et axes de communication

3.2.1 Donner un statut Institutionnel "incontournable" au C.I.C.

En proposant et en inspirant des initiatives locales et en informant les décideurs locaux d'autres initiatives fondatrices d'activités et et d'emplois.

En informant les services publics territoriaux compétents (Economie, Agriculture, Tourisme, etc.) des projets réalisés et pour cela en cultivant (mais c'est chose faite) les échanges et les relations avec les autres Conseils en France et leurs équivalents à l'étranger.

Cette communication s'entend à tous les niveaux insitutionnels : Collectivités Locales, Départements, les deux Régions, Interrégional, Conseils du Cheval en France, Euro région et instances européennes.

3.2.2 Donner une image claire des compétences et des missions du C.I.C.

Resituer les différents organismes par un organigramme clair et compréhensible qui définisse le niveau des interlocuteurs et des missions de chacun (qui fait quoi? avec qui?)

3.2.3 Donner une image de Centre d'Actions au C.I.C.

En prenant des initiatives informatives sur le plan de la fédération des projets, des calendriers des manifestations dans les 2 Régions, etc.

3.2.4 Fédérer l'ensemble des professionnels du Cheval en un seul interlocuteur

Ce point de la communication a été déjà très largement évoqué ci avant mais il est intéressant de se dire qu'en matière de moyens un plus un égale souvent trois et que les Institutions sont à la recherche de solutions face à nos grandes mutations.

Sur ce point, les professionnels du Cheval manquent souvent de moyens, pas de projets; cela nous a semblé devenir une réalité débouchant sur le concret avec la consultation des sous filières.

3.2.5 Concentrer l'ensemble des projets et des initiatives des Prescripteurs Territoriaux en matière de projets cheval

Ceci se fera naturellement avec le développement de l'image, en particulier dans le Nord/Pas de Calais

3.2.6 Rassurer par la transparence et la Publication des actions et des projets, l'Inter Région professionnelle et politique

Ceci semble évident mais suppose un secrétariat institutionnel doté un accueil et d'une permanence afin de crédibiliser l'image.

3.2.7 Communiquer avec le grand public et contribuer à créer une dynamique territoriale 'CHEVAL'

Ceci se fera avec les relais institutionnels et des partenariats avec les CDT, la DRTEFP pour les opportunités professionnelles et les besoins en formation, etc.

Il ne s'agit pas de faire de la publicité payante mais de nourrir les médias régionaux d'informations dont ils sont aujourd'hui friands, leurs publics étant à la recherche de ressources soit en termes de formations, d'employabilités ou/et de loisirs et de Nature.

3.3 Les cibles et les moyens

3.3.1 Les cibles

a/ Les collègues et les professionnels

Pour une information mobilisante autour des changements et des opportunités à se regrouper pour appartenir à l'organisme qui présente la possibilité de négocier des moyens de réalisation des projets individuels et collectifs pour la filière, structurant pour tout le territoire.

b/ Les institutionnels des deux régions (conseil régional, conseil généraux, services de l'état,etc.)

La Picardie a depuis longtemps établi avec les professionnels des rapports collectifs ou individuels mais privilégiés.

Il suffira donc d'informer et de diffuser l'information sur les actions entreprises pour intégrer les images de Conseil du Cheval.

Pour le Nord/Pas De Calais, c'est une mobilisation de chaque responsable, de chaque professionnel de la filière cheval, à l'aide d'outils de communication adaptés, de rencontrer à son niveau de "chalandise" son élu local, territorial, régional, européen et les techniciens qui l'entourent afin de faire connaître et de promouvoir l'existence du CIC, de se faire reconnaître comme acteur socio-économique capable, dans son réseau professionnel, de trouver les ressources du développement.

c/ Les prescripteurs techniques territoriaux.

voir ci-dessus.

d/ Les utilisateurs finaux (utilisateurs du cheval individuels, constitués ou pas en association)

Assurer là encore l'information à travers la communication sur le site Internet, les medias, et sans doute les relais d'information des institutions (sports, tourisme, ...)

3.3.2 Les moyens transversaux à toutes les cibles

a/ Le site Internet

Il est en cours de réalisation et le projet vous en est connu ; il suffit de lui assurer un lancement médiatique .

b/ Le bulletin

Il existe et il faut lui donner :

- un contenu concernant la profession avec sans doute une version grand public ciblé,
- une diffusion grand public par les réseaux existant (centre équestres,CRT,CDT et offices de tourisms, communes, etc.).

c/ Les relations presse et les relations publiques

Proposition de collaboration avec un journaliste professionnel de notoriété parmi professionnels et institutionnels

3.3.3 Les moyens spécifiques à chaque cible

Notons seulement que ce sont les moyens et les circonstances qui, dans les semaines à venir, nous permettrons de proposer en fonction des moyens obtenus pour 2004 un plan court de janvier à juin, ou au contraire une stratégie de développement à cours et à moyen terme.

L'image en effet ne se capitalise que dans le temps et nous devons communiquer sur ces Inventaires vers les différentes cibles déjà énumérés ci-dessus.

3.4 Le phasage des premières actions à mettre en oeuvre

3.4.1 4^{ème} trimestre 2003

Nous avons cerné l'enveloppe dans laquelle nous pouvons évoluer pour ce dernier trimestre et qui est environ de 15.000 € hors taxes en comptant sur la collaboration des financeurs en termes de locaux et d'aides techniques (pas en budgets!).

Nous nous limiterons sans doute à une proposition constituée de 5 actions majeures permettant de créer un outil utilisable par tous auprès de toutes les cibles:

- la création d'une cellule temporaire de communication avec le professionnel conseil évoqué au paragraphe précédent
- la création pour fin octobre/début novembre d'un numéro spécial (8 ou 12 pages) du Bulletin avec une édition et une diffusion beaucoup plus large et reprenant, en plus des informations de la profession, une très courte relation des résultats les plus marquants des inventaires du CIC Picardie/Nord-Pas de Calais.
Point final de cette période du CIC, ce document sera avec le CD des inventaires, une "carte de visite" tout terrain.
- l'organisation d'une (ou de 2: 1 par Région) « Grand'messe (s) » de restitution des études à destination des professionnels.
- la diffusion de l'information avec un dossier dont les éléments sont en cours de présentation, du CIC Picardie/Nord-Pas De Calais, sous sa forme la plus claire et resituant tous les différents partenaires qui le compose ainsi que leurs rôles respectifs
- la continuité des relations avec la presse et les médias.

3.4.2 Saison 2004

À déterminer dans les semaines à venir avec notre collaboration, en fonction des moyens et de la durée ainsi que des échanges avec les professionnels (25 septembre 2003) et les institutionnels (1^{er} octobre 2003).