



Le cheval, le cheval, encore le cheval !



par *Hubert Tassin – Président des P.P.*

Les trois médailles dont deux d'or des cavaliers français à Rio ont eu un fort retentissement dans l'opinion publique, et donc dans les médias. Cela doit nous rappeler que le cheval peut être médiatisé et populaire lorsque le jeu en vaut la chandelle et que le sport hippique doit rester la colonne vertébrale de la communication de toutes les filières hippiques, en particulier de celles des courses.

Le cheval plutôt que le football

Lorsque l'équipe de France de concours hippique remporta la médaille d'Or, le commentateur de l'hippodrome de Clairefontaine en fit l'annonce et la réaction du public fut immédiate. Une salve d'applaudissements salua la nouvelle.

Quelques jours après, Kevin Staut, membre de l'équipe de France de concours hippique, venant dîner dans un restaurant de Trouville, fut applaudit par les convives. L'engouement fut le même le lendemain à Clairefontaine à l'occasion de la visite d'Astier Nicolas. Le cheval est bien l'élément fédérateur d'une communication qui, s'appuyant sur de grands événements et de grands succès, peut toucher un public large et, de

Vendredi 2 septembre 2016 – N° 135

ce fait, les médias généralistes toujours suivistes des tendances. A deux reprises, pendant les J.O., le cheval fit la *Une* du quotidien *l'Équipe*.

L'excellente initiative proposée par l'Association « Au delà des pistes » la semaine dernière sur l'hippodrome de Deauville a été largement saluée. Des présentations de qualité, des applaudissements qui traduisent le capital de sympathie resté intact auprès d'un public heureux de revoir Kasbah Bliss, Remember Rose ou Cirrus des Aigles. Ébloui aussi par les démonstrations d'anciens chevaux de course dans des disciplines aussi diverses que le saut d'obstacles, le concours complet, le dressage, le Horse Ball ou le Polo. Il faut souhaiter que les nombreuses opérations menées sur ce thème trouvent plus d'audience encore.

Les atouts maîtres sont dans la main des courses

Ces événements renforcent ma conviction, exprimée depuis longtemps, qu'il n'est pas nécessaire de renier nos fondamentaux et d'essayer de singer les codes de sports ou de spectacles pour vendre nos compétitions, notre jeu, notre spectacle, notre émotion, notre passion. Je ne nie pas, même si je ne le partage pas vraiment, l'engouement du grand public pour le football. Mais je suis convaincu qu'en s'appuyant sur le formidable capital sympathie qu'inspire le cheval et sur la transparence de nos compétitions et de nos circuits financiers, nous ayons en main les atouts maîtres.

Le Grain de Sel du vendredi

29, rue Claude Terrasse 75016 Paris • Tél. 01 46 21 80 82 • Fax 01 46 21 80 85
associationpp@yahoo.fr • www.lespp.fr



Plutôt que de monter de toutes pièces des championnats qui ressembleraient au football ou d'utiliser des anglicismes qui ne reflètent pas la réalité de notre activité, recentrons nous autour de notre ADN. Je ne prône pas là un repli sur soi, au contraire. Nous sommes la locomotive – notamment financière – de cette filière cheval. Disons-le avec fierté. Et, pour assurer la promotion des prochains prix de l'Arc de Triomphe ou La Haye Jouselin, imaginons de faire ouvrir le défilé par nos cavaliers médaillés à Rio plutôt que d'essayer de multiplier des photos fugaces dans la presse *People*.

Les éleveurs, les étalons, les poulinières...plutôt que l'argent

Il y a tellement de belles histoires à raconter autour du cheval, et notamment de nos chevaux de course. Des chevaux aux origines modestes devenus des champions, des pouliches dont la carrière interrompue par un accident musculaire sont devenues des poulinières d'exception, des lignées de champions sélectionnées suivant la formule éternelle : « *Breed the best to the best... and hope for the best* »*.

Plutôt que de nous auto-flageller sur le bien-être animal alors que nos chevaux sont l'objet de tous les soins, mettons en valeur tout ce qui montre à l'évidence combien le cheval est bien le moteur de notre passion. Nous n'avons pas à rougir du comportement des propriétaires, des éleveurs, des jockeys, des entraîneurs et de leur personnel vis-à-vis du cheval. Affirmons-le aussi avec fierté.

Les ventes d'août à Deauville viennent de s'achever dans une ambiance positive. Je ne vais bien sûr pas regretter que ces ventes soient un

succès, et que Deauville soit une place majeure des marchés internationaux. Mais, je le dis comme l'année dernière, le baromètre d'août à Deauville ne reflète pas, seul, la santé de l'élevage et des courses françaises. La communication orientée vers la mise en valeur de quelques centaines de yearlings vendus masque mal le désarroi de tant d'autres professionnels français qui n'ont pas accès à un marché haut de gamme ayant parfois des aspects de bulle spéculative. Et lorsque nous devons aller voir les ministres de tutelle dans quelques semaines pour défendre notre modèle et éviter une spirale de récession, nos demandes seront-elles entendues alors que ces mêmes ministres auront eu le sentiment, en lisant leur revue de presse, que les millions se déversent sur nos professionnels ?

Evidemment, la communication doit être positive et je ne plaide pas pour un misérabilisme imbécile. Mais dans ce cas encore, orienter la communication sur le cheval, sur les origines de nos yearlings, sur les filières de sélection qui s'offrent à eux, sont autant de sujets de conquête. Le succès rencontré par la Route des Etalons organisée chaque année en Normandie en est une belle démonstration. Le public – et pas seulement les acheteurs de saillies records – se presse pour visiter les haras, découvrir les étalons, et par cette porte-là accéder aux coulisses de nos courses et aux coulisses de nos rêves.

Recentrons notre communication autour du cheval. Il y tant de belles histoires à raconter !

* *Envoyez la meilleure (jument) au meilleur (étalon). Et espérez le meilleur.*

Si vous ne recevez pas ce bulletin hebdomadaire par mail, il suffit de vous inscrire en nous adressant un courriel à associationpp@yahoo.fr