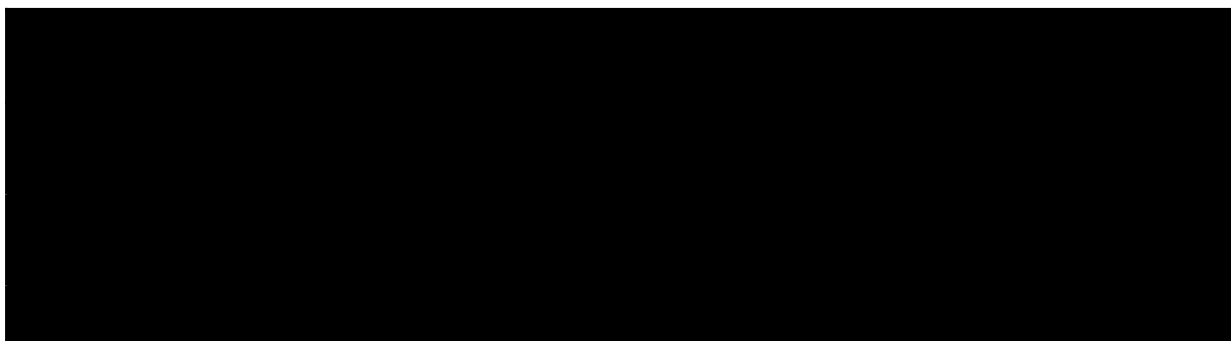


MEMOIRE PRESENTE EN VUE DE L'OBTENTION DU DIPLOME DE



Présenté par :

SOMMAIRE

INTRODUCTION	5
PREMIERE PARTIE – Approche théorique, conceptuelle et contextuelle	7
I – Les sports équestres: Approche conceptuelle	7
-Définition	7
-Historique	7
- Les disciplines équestres olympiques	8
Le saut d'obstacles	9
Le dressage	10
Le concours complet d'équitation	10
-Jeux équestres mondiaux	10
- Les dix grands cavaliers et cavalières dans l'histoire des sports équestres	11
II – Evolution des tendances dans la pratique des sports équestres	12
A – La pratique des sports équestres	12
-Quelques chiffres clés	12
-Quelques témoignages sur l'évolution des sports équestres	14
B – Analyse comparative de la pratique des sports équestres par rapport aux autres sports populaires	16
-N°10 : les sports sous-marins	16
-N°9 : le canoë-kayak	16
-N°8 : le golf	16
-N°7 : le rugby	17
N°6 : le handball	17
N°5 : le basket	17
-N°4 : le judo	17
N°3 : l'équitation	17
-N°2 : le tennis	18
-N°1 : le football	18

II – Les médias : support incontournable pour les activités sportives	19
A – Rôles des médias dans la contribution aux renommées des activités sportives	19
-Analyse sociologique : comportement face aux télévisions	19
-La médiatisation : fondement du business du sport	20
-Intérêts du média pour les sports	21
- Le sport sous l’emprise de la télévision quelques exemples.	22
B – Les sports les plus valorisés par les supports médiatiques	23
-Le foot	24
-Le tennis	25
-Le rugby : un bon exemple de médiatisation	26
C – Place des sports équestres dans les diffusions médiatiques	27
- Le circuit du Grand National : un exercice de médiatisation pour tous les acteurs du milieu	28
-Les concours aux sponsors titres : les Gucci Masters et le Saut Hermès.	29
- Parions Cheval : l’arrivée des paris dans le milieu équestre.	30
Conclusion Partielle	31
DEUXIEME PARTIE –Etude pragmatique : Pistes d’amélioration de la visibilité des sports équestres	32
I – Démarche pragmatique : exposé de la démarche et de l’outil	32
A – L’outil utilisé : l’entretien semi-directif	32
B – Objectifs de l’entretien	34
C – Les cibles de l’entretien	34
1 –Les médias	35
2 – Membres de la Fédération des sports équestres	35
II – Résultats de la démarche empirique	37
A – Constatation d’une extinction de la visibilité médiatique des sports équestres	37
- Un milieu très fermé	37
- Des « stars » peu connues	38
- Un système d’épreuves compliqué	39
B – Suggestions d’amélioration de la visibilité des sports équestres	40

-Tirer leçon des autres collègues	40
-Stratégie de communication : valoriser la beauté de l'animal, puis le sport	41
-Bien choisir les partenaires de communication	42
-Innover	44
CONCLUSION	46
BIBLIOGRAPHIE	48

INTRODUCTION

Historiquement, pour visionner un film, toute une foule se réunissait pour se mettre dans un cadre à lumière noir et faiblement éclairé par un écran géant. C'était le début de la télévision.

Mais au fur et à mesure que de nouvelles technologies ont fait leur apparition, la télévision a pu être inventée par les chercheurs. La télévision, cet appareil qui permet d'envoyer des séquences audiovisuelles appelées programmes. Au fil du temps, la télévision s'est peu à peu démocratisée, et tous les foyers pouvaient en disposer, même ceux habitant dans des coins les plus reculés du monde, disposent de poste télévision. L'intérêt aux médias a alors commencé à prendre son effet.

Des films, des publicités, des informations ont été diffusés sans cesse pour être visionnés par les téléspectateurs. La télévision est si populaire, au point d'être devenue le support indispensable pour asseoir la renommée d'une marque, d'un événement, ...

Tous les domaines d'activités recourent alors aux médias pour se faire connaître, dont notamment les activités sportives. Face à la multiplicité du nombre de sports, les médias sélectionnent alors les plus connus, les plus populaires. Et naturellement, certains sports se trouvent plus valorisés que d'autres, du point de vue médiatique.

Le sujet qui fera l'objet de ce mémoire est l'étude du niveau de médiatisation des sports équestres. En effet, il est constaté que, de nos jours, les sports équestres se trouvent plus absents (médiatiquement) par rapport à d'autres sports comme le foot, le tennis, le rugby, ...

La question de départ ou la problématique qui guidera l'esprit de ce mémoire est donc de savoir :

« Comment les cavaliers de haut niveau peuvent ils apparaître médiatiquement alors que les canaux de communication sont saturés d'autres sports plus populaires ? »

En effet, une telle médiatisation peut apporter des intérêts certains sur l'accroissement de la renommée des sports équestres. En d'autres termes, les sports équestres ont besoin de se faire valoriser, de se faire connaître par le public, car, à l'heure actuelle, le cercle semble être fermé, si bien que les sports équestres sont jugés de « sports élitistes ».

La démocratisation de la pratique des sports équestres passera alors incontestablement par une médiatisation réussie.

Aussi, afin d'apporter des analyses succinctes face à cette problématique, le mémoire sera axé vers deux points principaux :

-La première partie fera office d'analyses théoriques et conceptuelles. Les concepts clés de l'étude : les sports équestres seront abordés dans cette première partie. De même, il sera démontré que les sports équestres sont peu pratiqués, par rapport à d'autres sports. La place des médias, en tant que support incontournable des activités sportives, sera également abordée.

-La deuxième partie, quant à elle, sera entièrement consacrée à une démarche pragmatique, devant compléter les analyses purement théoriques. Des entretiens, des descentes sur terrain seront réalisés, auprès des acteurs dans les sports équestres, afin de rechercher des résultats sur le niveau de médiatisation des sports équestres, et pour recueillir des pistes d'amélioration de la visibilité médiatique de ces activités sportives.

PREMIERE PARTIE – Approche théorique, conceptuelle et contextuelle

I – Les sports équestres: Approche conceptuelle

-Définition

Les sports équestres rassemblent les diverses activités qui se pratiquent dans la nature, ou dans un centre spécialisé en équestre, et dont l'objectif principal n'est pas de gagner une course. (BVA, 2011)

Peuvent être citées parmi ces disciplines les courses, le dressage et le saut, sachant que le point de convergence de toutes ces activités réside dans l'usage des capacités athlétiques et esthétiques du cheval. Force est de constater que parmi les diverses activités que peuvent être ralliées à la pratique du sport équestre, trois principales disciplines sont officiellement prises en considération par les Jeux Olympiques, notamment :

- Le dressage
- Le concours complet d'équitation
- Le saut d'obstacles

La pratique de ces sports a été longtemps réservée aux seules personnes issues de milieux aisés, à cause des entretiens et des installations que nécessite l'exercice des activités.

-Historique

Depuis fort longtemps, l'intérêt accordé au cheval a été considérable, cela date même de la Préhistoire. Certes, le cheval ne participe pas directement au bon déroulement de la vie quotidienne des hommes, au même titre que les chiens et les chats, mais il est directement associé à l'Homme par les activités de loisirs et de jeux.

La pratique d'activités équestres date déjà de plusieurs années, et au début de leur apparition, les sports équestres étaient essentiellement réservés aux seuls militaires. De nos jours, hommes et femmes sont d'autant plus intéressés par la pratique de ces sports équestres. Et force est de constater que, actuellement, les sports équestres représentent la seule activité sportive dans laquelle hommes et femmes concourent à égalité jusqu'au niveau olympique.

Les premiers concours hippiques ont été officiellement ouverts à partir de 1940, et depuis cette date, ils n'ont plus cessé d'exister. Les dates historiques montrent que, à partir de 1900, le saut d'obstacles est devenu une discipline olympique. (TNS Sofres-FIVAL, 2007)

La Fédération équestre internationale a été mise en place au cours de l'année 1921 et regroupait plus d'une centaine de pays dès l'année 1998; elle avait pour objectif d'harmoniser la pratique des disciplines équestres, notamment le saut d'obstacles, le dressage, le concours complet, l'attelage, le voltige et le raids d'endurance.

Pour la France, cette Fédération est appelée : Fédération Française d'Equitation. Elle présente un poids considérable dans le domaine du sport car c'est la cinquième plus grande fédération sportive dans le pays. Ceci car, par le biais de ses activités de loisir, de tourisme ou de compétition, la Fédération Française d'Equitation harmonise la réalisation de plusieurs disciplines liées aux sports équestres, notamment les sports internationaux tels que l'attelage, l'endurance, la voltige, le horse-ball, ...

- Les disciplines équestres olympiques

Aux jeux olympiques, les disciplines suivantes sont officiellement reconnues : (Opinion Way, 2013)

Le saut d'obstacles

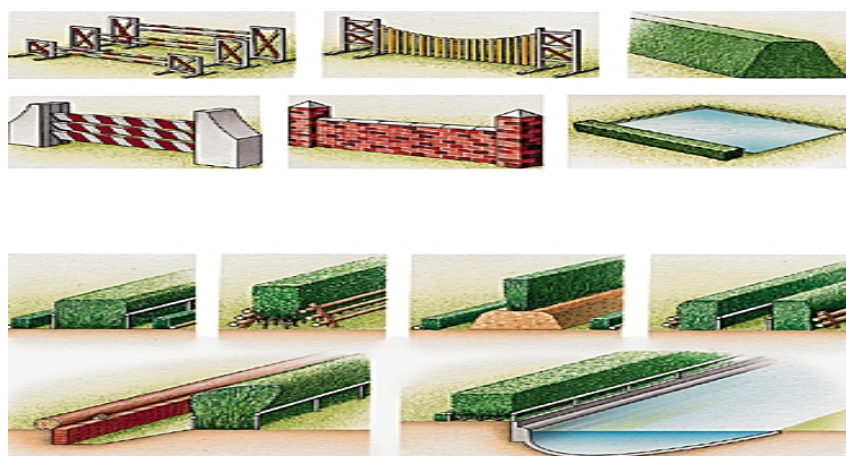
Le saut d'obstacles est une activité du sport équestre qui réside dans le franchissement d'obstacles positionnés horizontalement ou verticalement, qui se présentent sous plusieurs formes et plusieurs couleurs.

Le parcours devant être réalisé par les participants est préalablement défini par le chef de piste, sachant que le gagnant sera celui qui saura réaliser le parcours en moins de temps possible, et avec le moins de fautes possibles. Deux barèmes permettent de catégoriser les fautes commises par les participants :

- le barème A (sanction par points)
- le barème C (sanction par secondes de pénalisation).

Les sanctions s'appliquent en effet lorsque le cheval refuse de sauter, effectue des chutes, des erreurs de parcours, ou dépasse le temps imparti à la réalisation du parcours préalablement défini.

Ci-dessous les divers types d'obstacles existants dans le saut d'obstacles : barrières doubles, triples, haies, rivières, talus, etc. Ils ne peuvent dépasser 1,70 m de haut et 2,20 m de large (4,50 m pour le saut de rivière), comme l'illustre le schéma ci-dessous :



Le dressage

Dans le cadre de la mise en œuvre de cette activité de dressage, le cavalier est tenu de réaliser un parcours en réalisant un enchaînement de figures. Sachant que ces figures peuvent être imposées, ou libres.

Les compétences principales que doivent développer les chevaux dans le cadre de l'activité de dressage sont l'harmonie, l'élégance et l'équilibre. Une certaine intimité est exigée entre le cheval et le cavalier pour réussir cette activité. Et le cavalier, accompagné de son cheval sera noté sur 10 compte tenu des critères suivants : l'allure, la soumission du cheval aux instructions du cavalier, la position du cavalier, la précision dans la réalisation des figures, ...

Le concours complet d'équitation

Ce concours représente une discipline du sport équestre qui a vocation à se réaliser en plein air. La réussite à un tel concours nécessite incontestablement un entraînement rationnel des participants, et dure deux ou trois jours. Trois épreuves sont prévues pendant ce concours : le dressage, le fond et le saut d'obstacles. Le classement des gagnants se fait en fonction des sanctions encaissées par chaque cavalier au cours des épreuves, et le nombre de points gagnants enregistrés.

-Jeux équestres mondiaux

Les jeux équestres mondiaux reconnaissent déjà officiellement les disciplines olympiques. Mais en plus de ces trois disciplines olympiques, la FEI ou Fédération Equestre Internationale rajoutent d'autres disciplines : l'attelage, le reining en équitation Western, l'endurance et la voltige.

Dans le cadre de la pratique de ces disciplines, la FEI alterne les compétitions qu'elle organise avec celles des Jeux Olympiques. Les compétitions ainsi organisées prennent alors le nom de « JEM » ou Jeux Equestres Mondiaux. Et en 2014, les JEM ont été réalisées en Normandie (à Caen).

- Les dix grands cavaliers et cavalières dans l'histoire des sports équestres

Ci-dessous une classification des dix grands cavaliers et cavalières dans l'histoire des sports équestres :

« Beerbaum (Ludger) [Allemagne, né en 1963] : Cavalier, spécialiste du saut d'obstacles. Champion olympique de saut (1992), vainqueur de la Coupe du monde (1993).

Balanda (Gilles) [France, né en 1950] : Cavalier, spécialiste du saut d'obstacles. Champion du monde de saut par équipes (1982).

Bost (Roger-Yves) [France, né en 1965] : Cavalier, spécialiste du saut d'obstacles. Champion du monde de saut par équipes (1990) et champion de France de saut (1988, 1997).

Bourdy (Hubert) [France, né en 1957] : Cavalier, spécialiste du saut d'obstacles. Champion du monde de saut par équipes et médaille de bronze en individuel au Championnat du monde (1990).

Broome (David) [Grande-Bretagne, né en 1940] : Cavalier, spécialiste du saut d'obstacles. Champion du monde de saut individuel en 1970.

Caron (Patrick) [France, né en 1950] : Cavalier, spécialiste du saut d'obstacles. Champion du monde de saut par équipes (1982).

Cottier (Frédéric) [France, né en 1954] : Cavalier, spécialiste du saut d'obstacles. Champion du monde de saut par équipes (1982).

D'Esmé (Dominique) [France, née en 1945] : Cavalière, spécialiste du saut d'obstacles. Elle a dominé la discipline en France pendant plus de vingt ans, remportant 14 titres de championne de France. Quatrième par équipes au Championnat du monde (1974) et aux jeux Olympiques de 1996.

D'Inzeo (Raimondo) [Italie, né en 1925] : Cavalier, spécialiste du saut d'obstacles. Champion olympique (1960) et du monde (1960) de saut. »

II – Evolution des tendances dans la pratique des sports équestres

Le secteur Loisirs, quel que soit le type de loisirs concerné, intéresse de plus en plus de monde à l'heure actuelle. Avec les stress quotidiens, toutes les tranches d'âge ont beaucoup plus tendance à s'orienter vers la pratique de sports et d'activités de loisirs. Quid de la pratique des sports équestres en particulier ? Et de la pratique de ces sports équestres par rapport à d'autres disciplines sportives ?

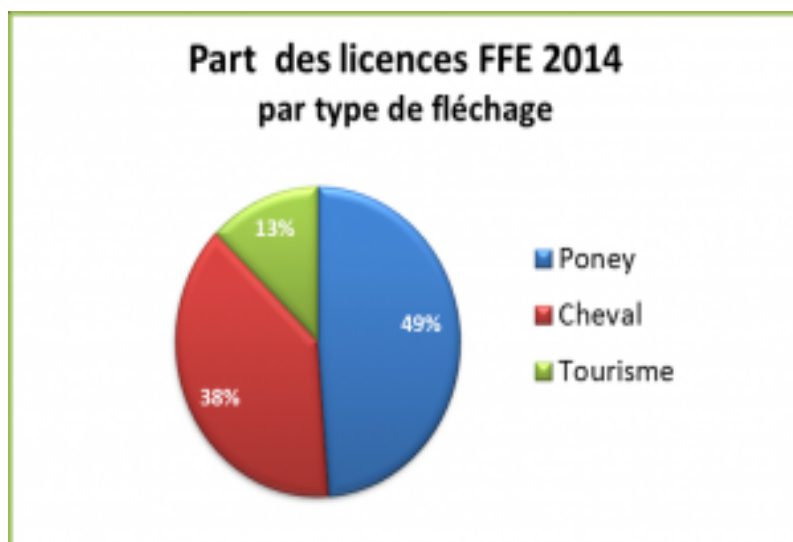
A – La pratique des sports équestres

Au cours de l'année 2007, une étude préconisée par les Haras Internationaux, concernant la pratique des sports équestres, a fait ressortir que ces derniers s'inscrivent dans un secteur très porteur, mais malheureusement, le secteur n'est pas encore assez exploité par les pratiquants. Voici quelques chiffres clés concernant la pratique des sports équestres.

-Quelques chiffres clés

L'usage du cheval a fortement évolué au cours des périodes. Au début, le cheval était rendu utile uniquement pour sa viande, mais au cours des années, il a pu être utilisé pour être des moyens de transport en temps de guerre, pour les travaux dans les champs, ... Ce n'est qu'au début des années 50 que le cheval a commencé à être utilisé dans les activités sportives, si bien que de nos jours, il reste encore un support de loisir présentant un avenir propice en France.

Comptant près de 689 043 licenciés en France, au cours de l'année 2014, l'équitation est un sport qui intéresse de plus en plus toutes les catégories d'âge et l'ensemble des catégories sociales. Le schéma ci-dessous montre la répartition des licenciés en 2014 : (Idéactif, « Etude géo-marketing du profil des licenciés FFE », février 2008)



Aussi, ce graphe montre que, En 2014, sur 689 043 licences, il y avait :

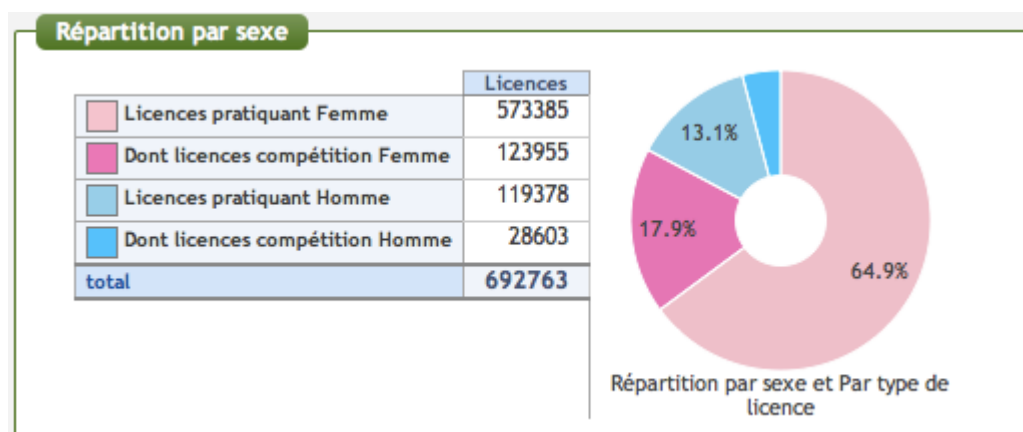
« 335 812 (49 %) en catégorie « Poney » ;

265 822 (38 %) en catégorie « Cheval »

87 409 (13 %) en catégorie « Tourisme ».

(<http://www.cavalidee.com/ffe-chiffres-cles-categories-de-licences/>)

Le schéma suivant montre la répartition, par sexe, des pratiquants des sports équestres : (Idéactif, « Etude géo-marketing du profil des licenciés FFE », février 2008)



Ce schéma de répartition montre que les sports équestres sont des disciplines sportives essentiellement féminines¹. Quelques pistes permettent d'expliquer cette féminisation :

-Dans les sports équestres, les hommes et les femmes rivalisent à armes égales

-La force du cheval prime par rapport à celle du cavalier, donc les femmes peuvent facilement battre les hommes en disposant de « bons » chevaux

-Les règles de la pratique du jeu équestre exigent une certaine exigence et persévérance que les femmes disposent plus que les hommes

-La complicité entre le cavalier et le cheval fonde la réussite dans les jeux équestres, ceci étant une spécialité des femmes. Tandis que la relation entre le cheval et les hommes est surtout basée sur la soumission.

-Quelques témoignages sur l'évolution des sports équestres

Ci-dessous quelques propos de professionnels dans les sports équestres démontrant l'évolution de la pratique de ces activités sportives à l'heure actuelle :

Quelques propos de M. Dominique Coquet² : Directeur général adjoint de Disneyland® Paris et Directeur Général de Villages Nature et co-fondateur, avec le docteur Lionel Berquin, de l'Association du Cheval Henson en 1982

« Le cheval fait partie de notre culture, de notre savoir-faire et de nos émotions. Y compris dans notre propre entreprise où les percherons circulant dans Main Street USA ou encore les quarter-horses et appaloosas du Buffalo Bill's Wild West Show enchantent nos visiteurs

¹ Anky van Grusven, la seule triple médaillée individuelle olympique, a même annoncé qu'elle était enceinte à l'issue de sa victoire à Athènes. Le concours complet compte de multiples grandes championnes, comme Mary King. En saut d'obstacles, Alexandra Ledermann a été la première femme championne d'Europe et Meredith Michaels Beerbaum, la première n°1 mondiale féminine. La seule femme de l'équipe de France de saut d'obstacles, Pénélope Leprévost s'avère très prometteuse pour les prochains Jeux Olympiques de Londres 2012.

² M. Dominique Coquet, Directeur général adjoint de Disneyland® Paris et Directeur Général de Villages Nature a été le co-fondateur, avec le docteur Lionel Berquin, de l'Association du Cheval Henson en 1982.

Il est également, avec son épouse, le responsable des "Espaces Equestres Henson" du Marquenterre et de Fort-Mahon-Plage, situés en Baie de Somme et en Baie d'Authie, structures essentiellement dédiées à l'équitation d'extérieur. Il a récemment mis sur pieds une nouvelle activité équestre originale au "Haras Henson Marquenterre - Ferme équestre de Saint Jean les Rue", où, dans le cadre d'une ferme de découverte, des visites d'élevage (chevaux Henson principalement, mais aussi vaches Highlands, moutons Shetland ...) sont assurées à dos de Henson. C'est l'occasion de nous parler de ce projet et de sa vision du loisir équestre.

depuis près de 20 ans déjà. Il est partout dans la psyché des hommes, dans l'art et, bien sûr, dans notre bonheur de monter à cheval au milieu de paysages exceptionnels, partout en France. »

Quelques propos de Nicolas Clero, directeur du centre équestre UCPA de Bry sur Marne :

« L'équitation est en fort développement car c'est une activité très attrayante par le contact avec l'animal. Le développement peut se poursuivre selon moi vers les publics plus âgés qui pratiquent de plus en plus d'activités physiques. Nous avons à être vigilant sur l'équitation pour adulte qui a tendance à moins bien marcher ces dernières années... probablement parce que nous communiquons mal sur le sujet. » (BVA, 2011)

Aussi, ces affirmations des professionnels laissent confirmer que les sports équestres ont de l'avenir dans le contexte actuel, car intéresse un public de plus en plus large. Mais le blocage primordial réside au niveau de la communication. Une amélioration de la communication s'impose, pour que la pratique des sports équestres puisse continuer à s'améliorer.

On note déjà, par exemple, la communication web, sur internet, vu que la Fédération des Jeux Equestres Mondiaux dispose déjà d'un site internet, qui a été bien mis à jour avec les jeux Equestres Mondiaux 2014 en Normandie (<http://www.normandie2014.com>). Mais la communication audiovisuelle tient également une place importante dans la promotion de la pratique de ce sport.

Les cibles de la communication sont très larges, vu que l'évènement de Normandie a voulu accueillir plus de 500 000 visiteurs³.

³ Au-delà de la compétition sportive qui verra s'affronter les meilleurs compétiteurs du moment, l'évènement normand proposera aux 500 000 visiteurs attendus une immersion dans l'univers du cheval, une rencontre avec un public et un territoire d'exception. Exploits sportifs, spectacles, découvertes et émotions seront ainsi donc au rendez-vous du 23 Août au 7 Septembre 2014

Mais la question qui subsiste est celle de savoir comment se situe les sports équestres par rapport aux autres activités sportives ?

B – Analyse comparative de la pratique des sports équestres par rapport aux autres sports populaires

Voici le classement des Top 10 des sports les plus pratiqués, les plus connus, et les plus populaires dans le monde. Force est de constater que, dans ce classement, les sports équestres tiennent le troisième rang. (GARAUDE, Astrid, 2012)

-N°10 : les sports sous-marins

Au cours de l'année 2012, 305 280 licenciés ont été décomptés par la Fédération française d'études et de sports sous-marins (FFESSM). Les chiffres sont expliqués par la facilité d'obtention de Licence dans ce domaine sportif, en effet, un baptême de plongée suffit pour cela. Parmi les activités des sports sous marins, on peut citer : le hockey subaquatique, l'apnée, la pêche sous-marine, le tir sur cible subaquatique, l'orientation et l'archéologie subaquatique...

-N°9 : le canoë-kayak

Cette activité sportive a enregistré 376 122 licences au cours de l'année 2014, licences rassemblant aussi bien les licences proprement dits et les « autres titres de participation ». Sachant que ces « autres titres de participation » sont en quelque sorte une autorisation donnée à des personnes non adhérentes officiellement à la Fédération, mais qui souhaitent participer d'une manière temporaire à certaines activités.

-N°8 : le golf

Depuis longtemps, le golf était considéré par l'opinion publique comme un sport réservé uniquement aux « snobs ». Face à cette opinion, la Fédération Française de Golf a lancé un défi de démocratisation de cette activité sportive au cours des années 2000. Les activités ainsi menées par la Fédération ont alors permis d'augmenter de 45% le nombre de pratiquants depuis 2000 jusqu'en 2010. Actuellement, on recense 422 761 pratiquants (dont 28,1 % de

femmes) en 2014, et force est de préciser que les jeunes commencent également à être intéressés.

-N°7 : le rugby

Le rugby se trouve en septième position parmi les sports les plus pratiqués et les plus populaires dans le monde. Mais c'est un sport essentiellement masculin, en 2014, le sexe féminin ne représentant que 5% de l'effectif total des pratiquants de ce sport.

N°6 : le handball

On enregistre, en 2014, 470 590 licenciés en handball. Près de la moitié de ces licenciés sont des femmes.

N°5 : le basket

Le basket est un sport qui intéresse essentiellement les jeunes âgés de moins de 19 ans. Les femmes sont également aussi intéressées que les hommes par ce sport. On enregistre en 2014 475 465 adeptes.

-N°4 : le judo

En 2014, le nombre de pratiquants a été évalué à 603 896, aussi bien les hommes que les femmes y sont intéressés.

N°3 : l'équitation

Les amoureux du cheval ne cessent d'augmenter en nombre au fil des années, la hausse enregistrée, sur l'effectif des pratiquants, était de 1,10% de 2013 à 2014. Une hausse, certes, légère, mais qui traduit déjà l'évolution de cette discipline sportive. A noter que la grande majorité des cavaliers sont des femmes (83% en 2014)

-N°2 : le tennis

La Fédération française de tennis a déjà pu enregistrer plus d'un million d'adhérents depuis 2010. Actuellement, le nombre d'adhérents enregistrés est évalué à 1 111 316, dont 30% représentée par la gente féminine.

-N°1 : le football

Même si le nombre de licenciés ne cesse de connaître la baisse, le football demeure le sport le plus populaire dans le monde, hommes et femmes sont tous intéressés. 1 973 260 licences ont pu être délivrées par la Fédération française de football en 2014.

Pour l'ensemble de ces activités sportives, les médias s'affichent comme un support médiatique incontournable.

II – Les médias : support incontournable pour les activités sportives

Que ce soient les sports équestres ou les autres activités sportives, les médias jouent un rôle primordial, dans le sens où les médias contribuent fortement aux renommées des activités sportives (A). Mais les réalités montrent que certaines activités sportives semblent être valorisées par rapport aux autres (B). Quelle serait alors la place des sports équestres dans cette médiatisation ? (C)

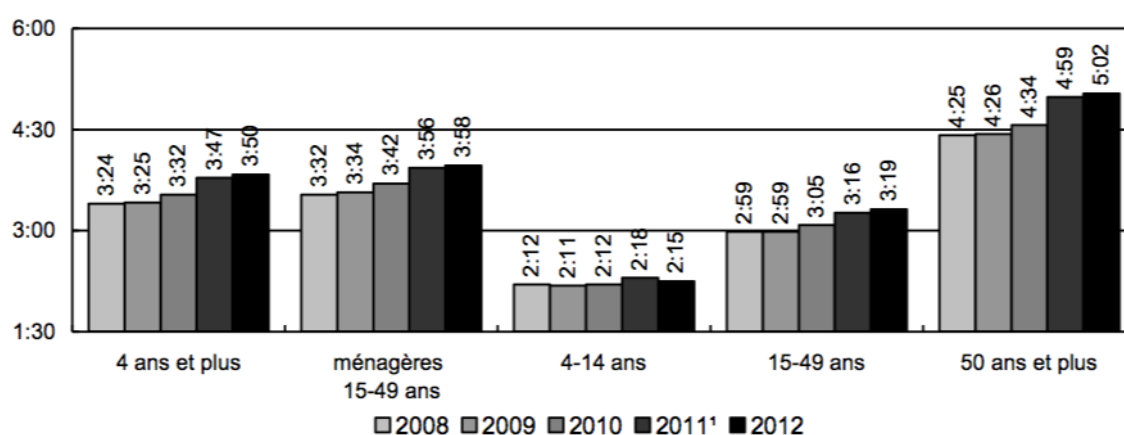
A – Rôles des médias dans la contribution aux renommées des activités sportives

En effet, la médiatisation des activités sportives a des impacts directs sur la population car la télévision est actuellement très généralisée. Sport et média entretiennent alors des relations « d’intervalorisation ».

-Analyse sociologique : comportement face aux télévisions

Dans le système actuel, la France figure parmi les pays dans lesquels les télévisions sont fortement exploitées par la population. Ci-dessous le schéma qui montre que la durée d’écoute de la télévision, en France, ne cesse de croître :

Durée d'écoute quotidienne de la télévision selon l'âge (h:mn)¹



¹ A partir de 2011, la mesure d'audience intègre la consommation des programmes en différé via un enregistrement personnel.
Source : Médiamétrie – Médiamat.

Les perspectives pour 2022 montrent que la durée d'écoute va être de 4h18 au moins, selon les prévisions du Centre National de l'Image Animée appelé CNC ⁴ :

Evènements	Variation de la durée d'écoute
Etat de la consommation en 2012	3h50 en moyenne
Perspective pour 2022	4h18 au moins

Sachant que, face à cette durée d'écoute, le nombre moyen d'écrans disposés par chaque famille, en France, est évalué à 6,4. L'écran d'ordinateur ne se positionne qu'en seconde position par rapport à la télévision, malgré la présence d'autres écrans tels que les tablettes, et la démocratisation de l'internet.

Aussi, malgré les avancées technologiques actuelles, force est de reconnaître que la télévision reste la première des médias. Les « programmes fédérateurs » continuent d'unir les téléspectateurs devant un écran téléviseur.

Les émissions, les publicités diffusées par les médias ont alors des impacts directs sur un public très large, vu le niveau d'accessibilité des diffusions télévisées.

-La médiatisation : fondement du business du sport

Pour les passionnés de sport, la télévision constitue encore une des principales sources d'information, au détriment même de la presse écrite, de la radio, ... (RACAPE, Arnaud et HENNETON, 2011). Depuis les années 90, la télévision s'est présentée comme le moyen de communication indispensable dans le cadre de la communication en direct des divers événements sportifs. Et jusqu'à l'heure actuelle, même les nouvelles prouesses technologiques mises en place par internet n'ont pu surpasser le rôle centrale que tient la télévision.

⁴ Source : Centre National de l'Image Animée

Et l'opinion publique a même tendance à préférer la télévision par rapport aux autres supports d'information, tels que les journaux, la radio, ... La popularité d'un sport dépend donc du tapage médiatique effectué par les diffusions télévisées, on reconnaît beaucoup de sport, désormais valorisés, grâce aux émissions télévisées qui y ont été consacrées.

L'exemple du football peut être cité. En effet, c'est le sport le plus regardé en Europe, et dans le monde. Et il est constaté que, plus le football est diffusé par les émissions télévisées, plus il est regardé, et vice versa, plus le football est regardé, plus les chaînes de télévision ont intérêt à diffuser les matches de foot. Les relations qu'entretiennent les sports avec la télévision sont donc inscrites dans un cercle vertueux d'intervalorisation.

Dans cette optique d'intervalorisation, quels seraient alors les intérêts du média pour les sports ?

-Intérêts du média pour les sports

De plus en plus de personnes sont intéressées par le sport, et par les diffusions d'émissions sportives réalisées par les chaînes de télévision : « *Un million de matches de football par an en France, soit plus de 19 000 par semaine. 26 millions de Français déclarent faire du sport au moins une fois par semaine dont 15 millions de licenciés avec un tiers de femmes. 3 h 26 devant un poste de TV en 2005 (Médiamétrie) dont 8 à 40 % consacrés au sport selon les chaînes (TF1 en diffuse très peu et Canal + beaucoup, ce qui recoupe leur positionnement respectif). Ce simple constat chiffré illustre l'interdépendance absolue entre le sport et les médias. L'un étant indispensable à la survie de l'autre.* » (Jean Luc MICHEL, enseignant chercheur en communication, article en annexe 2 p 53)

Face à ce public très large, il est donc clair que les chaînes de télévision ont des intérêts certains quant aux diffusions d'activités sportives, des intérêts essentiellement financiers (JOST (F.), 2003)

Plus l'évènement est de grande envergure, plus les chaînes de télévision gagnent financièrement dans la diffusion des matches. Si on ne cite que les revenus relatifs aux spots publicitaires qui seront diffusés, les coûts de retransmission, ... (POPESCU-JOURDY, Dana, 2009)

Aussi, en réalité, le sport est dépendant des médias, mais les médias se trouvent également gagnants dans la collaboration avec le sport. Face à cette dépendance des sports aux médias, il est même constaté que de nos jours, les sports semblent être sous l'emprise de la télévision. (FESTOR Gilles, 2011)

- Le sport sous l'emprise de la télévision quelques exemples.

Comme précisé dans les précédentes études, la médiatisation du sport a des conséquences directes sur sa renommée. Ce qui fait de la télévision un support d'information indispensable pour le lancement d'activités sportives. En réalité, le sport se trouve actuellement sous l'emprise de la télévision. (JOST (F.), 1999)

Ceci car, la première conséquence de la médiatisation du sport est l'apparition de la nécessité de maîtrise des contraintes « extra sportives ». Désormais, les sports doivent s'adapter à la volonté et aux conditions de diffusion imposées par les chaînes de télévision, car ils en sont dépendants. Les sports doivent alors adapter leurs horaires, leurs dates, au gré des disponibilités de diffusion par les chaînes de télévision. (DELPORTE, Christian, 2008)

Auparavant, les chaînes de télévision adaptaient leurs émissions en fonction des diffusions sportives qu'elles doivent faire. Mais actuellement, la logique a changé, ce sont plutôt les émissions sportives qui doivent s'adapter aux horaires des chaînes de télévision.

L'exemple du football peut être cité à titre d'illustration. En effet, il est courant de voir des retransmissions en direct des matches de football auprès des chaînes télévisées. Auparavant, les chaînes s'adaptaient aux dates et aux horaires de réalisation des matches. Ce qui fait que

les changements de date jusque là enregistrés ont été faits pour des raisons purement sécuritaires, et non pas pour indisponibilité de la chaîne de retransmission directe.

Mais à partir de 2010, les chaînes de télévision ont commencé à imposer leurs règles. Désormais, ce sont les diffuseurs des événements sportifs qui doivent se soumettre aux conditions de disponibilité des chaînes de diffusion. Des plages horaires sont préalablement établies par les chaînes de télévision, les événements sportifs doivent nécessairement s'y adapter s'ils veulent passer à la télé. Le sport se trouve alors sous l'emprise de la télévision.

Aussi, il a été clairement démontré que la télévision contribue à façonner la renommée des activités sportives. Mais le revers de la médaille se trouve dans l'emprise grandissante de l'argent sur l'intégrité même du sport. (Bourdon Jérôme, 1994)

B – Les sports les plus valorisés par les supports médiatiques

Les diffusions sportives éveillent les téléspectateurs. En effet, il a été démontré que, dès qu'il s'agit de programmes de sports à dimension mondiale, les téléspectateurs accrochés aux télévisions deviennent nombreux (CHAILLEY (M.),1993). Par exemple, lors des Jeux Olympiques d'Hiver de Sochi, de la Coupe du Monde de Football au Brésil, près de 13 millions de téléspectateurs ont pu être recensés en France. Lors de la dernière coupe du monde de football, le tableau suivant relate le nombre de téléspectateurs rassemblés :

Types de compétition	Nombre de téléspectateurs rassemblés
Les équipes de France ≠ les équipes de la Suisse	16,87 millions
Les équipes de France ≠ les équipes de l'Allemagne	16,92 millions

Tous les sports ont alors besoin de la médiatisation pour se sentir valorisé, mais il convient de constater que, face à la multiplicité des disciplines sportives, quelques unes sont plus valorisées par les médias que les autres. (S/d Courbet (D) et Fourquet (M.P)., 2003)

-Le foot

Depuis les années 50, le football dominait les programmes sport de plusieurs chaînes de télévision, que cela soit en France ou dans d'autres pays. Mais, pour que les retransmissions en direct en vident les gradins, elles n'ont été expressément planifiées qu'à partir de 22 heures. La première émission consacrée uniquement au football était « téléfoot » de TF1. Depuis, les émissions dédiées spécialement au football n'ont cessé de croître.

Il est incontestable que, même à l'heure actuelle, le football demeure encore le sport le plus privilégié par les médias. Et ces derniers ont raison de s'intéresser particulièrement à cette activité sportive, qui leur rapporte beaucoup, et cela au détriment même des autres sports des fois.

Le rugby comprend par exemple que son rayonnement médiatique n'est pas aussi important que celui du football.

C'est à ce titre que Bernard Lapasset, président de l'IRB (Fédération internationale de rugby) et président du comité d'organisation de la Coupe du monde 2007 de rugby en France, a clairement affirmé que les deux disciplines sont nettement différentes, notamment sur le plan des droits TV et de leur rayonnement médiatique. Il a alors constaté que le rugby affiche un certain retard par rapport au football.

Alors qu'il reconnaît l'importance de cette médiatisation dans la valorisation même du rugby aux yeux du public : *« Le plus important, explique Bernard Lapasset, c'est la diffusion d'images, avant la valorisation des droits. Il faut que certaines compétitions soient systématiquement en clair. Une fédération ne peut pas regarder uniquement la dimension*

financière d'un contrat. Si on perd l'accès aux images pour le grand public, on perd de la notoriété et donc de la valeur.

En France, pourquoi est-on resté fidèle à France Télévisions ? J'ai été président de la FFR pendant 18 ans, et j'avais besoin de ce qu'offre le service public pour satisfaire les supporters du rugby, notamment grâce aux décrochages régionaux sur France 3, mais aussi aux appels pour des matches de deuxième ou troisième divisions. »⁵

A part le football, qui tient la première place, le tennis tient également une place privilégiée dans les diffusions médiatiques.

-Le tennis

La renommée actuelle du tennis revient aux communications médiatiques bien fondées. Mais au début de l'histoire, le tennis n'a pas aussi intéressé les médias au même titre que le football. Ce n'est qu'à la suite de la guerre de 1992, ayant opposé France Télévision à TF1⁶, que la diffusion de match de tennis a commencé à devenir une émission financièrement intéressante pour les chaînes de télévision.

Avant la survenance de cette guerre, diffuser des matches de tennis n'intéressait guère les chaînes de télévision, du fait des coûts et des charges financières relatives à la diffusion, tels que les déplacements aux Etats Unis pour filmer les matches, ...

Mais à partir de cette guerre, France Télévision a commencé à diffuser en direct le tournoi Roland Garros, devenus dès lors très célèbre. Les deux parties (le tennis et la chaîne de

⁵ Propos recueillis dans le site :
<http://www.lequipe.fr/Medias/Actualites/-la-diffusion-d-images-avant-la-valorisation/458086>

⁶ Reposons les « bases » de guerre TF1/ Service public appelée guerre de cents jours. TF1 possédait le contrat d'exclusivité avec la majorité des événements de football et pour contre balancer, le service public à l'époque avait privilégié le tennis et le cyclisme, dont TF1 souhaitait obtenir les droits. En juillet 1992, et ce pour la modique somme de 60 millions de francs par saison, Antenne 2 parvient à négocier les droits du tour de France et de Roland Garros. Patrice Le Lay de TF1 est furieux, il avait compris que le tennis faisait partie des poules aux oeufs d'or.

diffusion) ont toutes deux tiré profit de cette célébrité, si bien que la bataille à la possession des droits de diffusion a commencé à naître auprès des chaînes de télévision.

Le tennis a de ce fait connu une évolution favorable, au niveau de la médiatisation. Les efforts de médiatisation ont forgé la réputation, la renommée de ce sport auprès du grand public.

-Le rugby : un bon exemple de médiatisation

A côté du football et du tennis, on peut également affirmer que le rugby figure parmi ces activités sportives qui ont effectué un bon exemple de médiatisation.

En effet, longtemps considéré par le public comme un sport « trop brutal », et qui n'intéressait donc pas les médias, le rugby a changé de stratégie pour pouvoir passer à la médiatisation. Le rugby a alors abandonné la communication axée vers la brutalité, pour miser sur la familiarité, la popularité, pour qu'il puisse accéder aux médias. Il a également profité des « crises people » traversées par le football pour faire son ascension médiatique. A une certaine époque, le football était en réalité sali par les images véhiculées par les people, le rugby en alors profité pour conquérir l'intérêt des sportifs et sportives.

L'image « sport » du rugby était donc devenue meilleure, par rapport à celle du football, le public s'est intéressé, et la rentabilité publicitaire était de plus en plus affirmée. De ce fait, les chaînes de télévision ont commencé à trouver des intérêts plus concrets dans la médiatisation du rugby

Si telles sont les activités sportives les plus privilégiées par les chaînes de diffusion médiatique, quelle place tiennent les sports équestres dans cette médiatisation ?

C – Place des sports équestres dans les diffusions médiatiques

Les réalités sur les diffusions médiatiques montrent que les sports équestres sont sous médiatisés (Bourdieu Pierre, 2005). En effet, les chaînes généralistes ont du mal à s'intéresser à ce sport jugé comme renfermé sur lui-même.

Pour remédier à cela, plusieurs efforts ont été réalisés pour attirer les médias et le grand public. En 2014, lors de la journée mondiale des sports équestres, les efforts ont commencé à porter leurs fruits, car plusieurs chaînes de télévision ont diffusé les activités de la Journée, dans le monde :

Europe	Hors Europe
France France Télévisions	Monde FEI TV
France Equidia	Monde Eurosport
Allemagne ARD	Nouvelle Zélande Country Channel 99
Allemagne ZDF	Malaysie Astro
Danemark TV2	Thaïlande CTH
Finlande YLE	Amérique du Sud ESPN International
Pays-Bas Horse & Country TV	Australie/Asie Fox Sports
Pays-Bas NOS	Moyen Orient Dubai TV
Italie RAI	Corée du Sud Edge TV
Italie Class Horse TV	Mexique Sky Mexico
Irlande Horse & Country TV	Etats-Unis Universal Sports
Norvège NRK	Canada The Rural Channel
Royaume-Uni Horse & Country TV	Afrique Supersport
Royaume-Uni BBC	
Suède SVT	
Suède Horse & Country TV	
Suisse SRG SSR	
Suisse RSI	
Monde FEI TV	
Monde Eurosport	

Liste des chaînes de télévision ayant diffusé la Journée Mondial des sports équestres en 2014 en Normandie

En réalité, ce nombre de chaîne de télévision ayant diffusé la journée laisse transparaître que les sports équestres, face à la médiatisation, ont déjà entrepris des efforts.

- Le circuit du Grand National : un exercice de médiatisation pour tous les acteurs du milieu

Dans le cadre du travail de la médiatisation des sports équestres, la fédération française s'est lancée dans l'organisation d'un circuit du Grand National au cours de l'année 2008. En effet, ce circuit consiste à affronter deux cavaliers dans un circuit, qui vont faire en sorte de minimiser les cas de fautes et d'erreurs pour gagner le maximum de points.

Alors que les acteurs du sport équestre se plaignaient du manque de médiatisation, des faiblesses marketing de leurs activités, ce circuit du grand national leur a redonné espoir, en se positionnant comme la solution marketing pour redresser l'image des sports équestres.

De plus, la participation de plusieurs cavaliers à ce circuit a permis un élargissement du cercle de sponsors des sports équestres. En effet, le circuit comprend plusieurs disciplines. Et pour chaque discipline formant une écurie, les cavaliers les composants doivent chercher eux même leurs sponsors, et répondront eux-mêmes aux exigences imposées par les sponsors (port du logo, ...)⁷

L'autorisation donnée aux cavaliers de porter des logos des sponsors sur leurs vestes, leurs pantalons, ... est alors un premier signe de volonté de la Fédération à s'ouvrir au grand public, et éventuellement aux médias.

⁷ Petit à petit, les fédérations ont d'ailleurs autorisé les cavaliers à placer les logos de leurs sponsors non seulement sur les tapis de selle, mais également sur les bonnets de chevaux, sur les vestes de concours au niveau de la poitrine et sur le bras, et même sur les pantalons.

-Les concours aux sponsors titres : les Gucci Masters et le Saut Hermès.

A part le circuit du Grand National, les acteurs dans le domaine des sports équestres ont également organisé des concours aux sponsors titres, toujours dans le cadre de l'amélioration de la médiatisation des sports équestres.

C'est justement à ce titre que la société belge European Equestrian Masters (EEM) avait organisé le Jumping international de Bruxelles (appelé plus tard : Audi Masters par EEM). Ce concours était l'équivalent, en tennis, du Grand Chelem. Mais malheureusement, il n'a pas pu être réalisé à cause de l'insuffisance de places au Brussels Expo.

Plus tard, la même société avait pris la décision de reprendre le concours en 2009, mais sous une autre appellation : le Gucci Masters, qui comme son nom l'indique, s'inscrit en partenariat avec Gucci. Après un long silence d'une vingtaine d'années, Gucci est revenu dans le monde équestre. Un retour qui a directement alerté les médias, qui se sont alors précipités pour médiatiser l'évènement.

Ayant constaté la participation de Gucci, plusieurs grandes marques se sont également intéressées au partenariat avec les sports équestres, dont Hermès, dont le partenariat avec EEM a été conclu en 2010, avec l'évènement : Saut Hermès.

Aussi, l'ampleur de ces partenariats avec les grandes Maisons de marque, les médias se sont petit à petit intéressés aux sports équestres.

Mais la médiatisation n'a pas suffi pour démocratiser la pratique des sports équestres. Ceci car, les prix d'entrée aux évènements ne sont toujours pas accessibles au plus grand nombre⁸.

⁸ Il faut déboursier au moins cinquante euros pour assister à une journée d'épreuves lors du Gucci Masters et compter pas moins d'une centaine d'euros pour le Saut Hermès. Pour ce qui est de l'espace VIP, une tribune entière y est consacrée au Gucci Masters, et comptez plusieurs milliers d'euros pour en disposer durant le week-end de compétition. Les partenaires du concours peuvent donc y inviter leurs investisseurs afin de leur faire partager un moment d'exception. Au menu : dîner concocté par un chef récompensé par deux étoiles Michelin, champagne et sport de haut niveau. De quoi ravir les plus capricieux.

- Parions Cheval : l'arrivée des paris dans le milieu équestre.

L'autorisation de ce jeu de pari par le gouvernement a appuyé la médiatisation des sports équestres. En effet, l'autorisation a été délivrée depuis 2011, et les paris peuvent porter sur le saut d'obstacles et le horse-ball. Sont surtout visés les internautes et les téléspectateurs, vu que les publicités de la possibilité de parier sont diffusées en télévision et les paris peuvent se faire en ligne.

« En effet, le succès des paris en ligne est basé sur la retransmission des images des sports, supports des enjeux. La médiatisation organisée par l'opérateur de paris permet donc d'augmenter la diffusion des épreuves et donc la notoriété de l'équitation », a affirmé Pascal Dubois, Directeur Technique National (DTN) à la FFE.

Conclusion Partielle

Face à ces divers événements, on peut alors affirmer que certes, les sports équestres sont sous médiatisés par rapport à d'autres activités sportives, mais il est déjà constaté un effort de médiatisation de la part de la Fédération, et des passionnés de ce sport.

Les difficultés liées aux règles du jeu, l'inaccessibilité des événements réalisés constituent des blocages à la démocratisation, et donc à la médiatisation des sports équestres, mais la volonté réelle et la prise de conscience sur l'importance de la médiatisation sont déjà affirmées par les passionnés de chevaux, à commercer par la FFE.

Le circuit du Grand National, le lancement des paris en ligne, sont autant de pistes pour un bon début de médiatisation pour les sports équestres. D'ailleurs, les sponsors se sont multipliés ces dernières années, confirmant ainsi que les sports équestres puissent avoir une certaine rentabilité financière, de quoi attirer les chaînes de télévision.

Une attirance qui semble être confirmée par la présence des médias lors de la Journée des Jeux Equestres Mondiaux de 2014 en Normandie, le plus grand événement équestre au monde depuis plusieurs années. Une visibilité médiatique qui mérite d'être appuyée, car comme démontrée dans la première partie, sport et médias sont deux partenaires indispensables.

DEUXIEME PARTIE –Etude pragmatique : Pistes d’amélioration de la visibilité des sports équestres

Les études théoriques ont déjà permis de montrer que sport et média sont interdépendants, mais que pour le cas des sports équestres, la médiatisation reste encore insuffisante pour qu’ils puissent réellement se développer.

Cette démarche pragmatique aura alors pour objectif de confirmer ces affirmations théoriques, par le biais d’interview avec de réels acteurs dans le domaine des sports équestres. Face à cette situation, des pistes d’amélioration de la visibilité médiatique des sports équestres seront suggérées en dernière partie du mémoire.

I – Démarche pragmatique : exposé de la démarche et de l’outil

A – L’outil utilisé : l’entretien semi-directif

Une enquête sur terrain a été exécutée, par le biais d’un entretien semi-directif en vue de la réalisation de la démarche empirique. Les opinions et les examens des idées exprimées par les professionnels exerçant dans le domaine des sports équestres vont alors constituer des fondamentaux afin d’appréhender l’importance et le niveau de médiatisation des activités équestres au niveau mondial. C’est la raison pour laquelle, des entretiens personnels ont été effectués auprès de ces personnes directement concernées par les sports équestres.

Dans le cadre de la réalisation de la démarche pragmatique, l’entretien semi directif a été particulièrement choisi car c’est le type d’entretien qui puisse assurer des résultats qualitatifs en donnant aux personnes enquêtées, une certaine liberté d’expliquer beaucoup plus que dans un cadre fermé, tel qu’un entretien fermé ou directif, par exemple.

Le tableau ci-après résume par exemple les particularités des entretiens semi directifs, en comparaison à d’autres types d’entretien⁹ :

⁹ <http://www.cairn.info/revue-recherche-en-soins-infirmiers-2010-3-page-23.htm>

Entretien dirigé (ou directif)	Entretien semi-dirigé (ou semi-directif)	Entretien libre (ou non directif)
Discours non continu qui suit l'ordre des questions posées	Discours par thèmes dont l'ordre peut être plus ou moins bien déterminé selon la réactivité de l'interviewé	Discours continu
Questions préparées à l'avance et posées dans un ordre bien précis	Quelques points de repère (passages obligés) pour l'interviewer	Aucune question préparée à l'avance
Information partielle et réduite	Information de bonne qualité, orientée vers le but poursuivi	Information de très bonne qualité, mais pas nécessairement pertinente
Information recueillie rapidement ou très rapidement	Information recueillie dans un laps de temps raisonnable	Durée de recueil d'informations non prévisible
Inférence assez faible	Inférence modérée	Inférence exclusivement fonction du mode de recueil

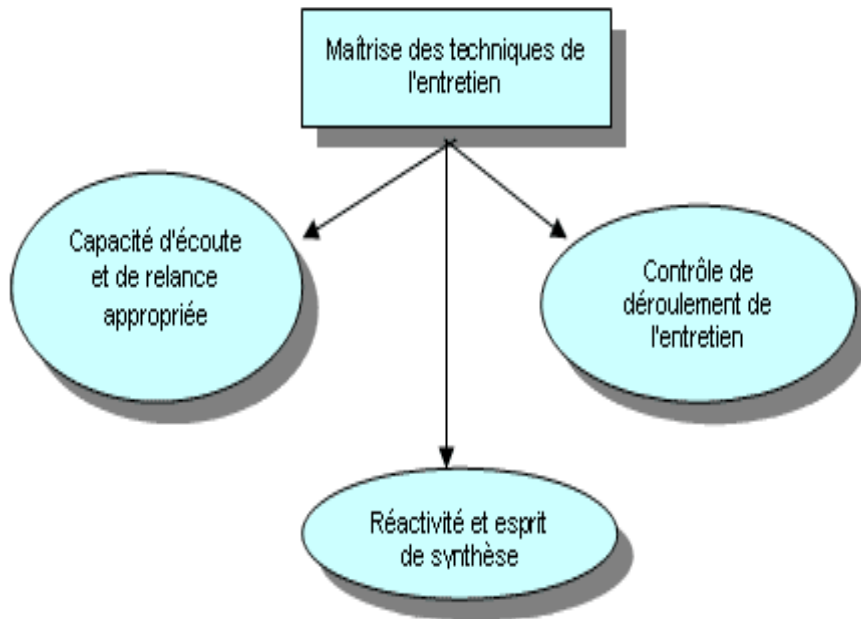
En effet, malgré ces avantages considérables, notamment l'obtention de résultats de qualité, force est de reconnaître que l'entretien semi-directif peut également présenter des inconvénients. On peut citer par exemple :

- La difficulté d'aboutissement à une conclusion générale, à la suite de la liberté d'expression de la personne interviewée

- La difficulté d'interprétation des affirmations des interviewés

- La nécessité de déploiement de moyens de recueil d'informations (dictaphones, ...)

Mais l'aboutissement à des résultats de qualité dépend alors de la capacité technique de l'interviewer à maîtriser les clés de réussite d'un entretien semi-directif, dont notamment : la capacité d'écoute, la réactivité et l'esprit de synthèse, et le contrôle du déroulement de l'entretien, comme l'illustre le schéma suivant :



B – Objectifs de l’entretien

Les objectifs de la réalisation de l’entretien sont les suivants :

1 – S’informer sur la médiatisation des sports équestres : comment les acteurs dans le domaine des sports équestres évaluent-ils le niveau de médiatisation de ce sport ? Quelles puissent être les raisons qui expliquent ce niveau de médiatisation ?

2 – Recueil de suggestions d’amélioration de la visibilité médiatique des sports équestres : les démarches théoriques ont montré que les sports équestres, par rapport à d’autres types de sports, sont sous médiatisés. La démarche pragmatique infirmera ou confirmera ces données théoriques. De même, des pistes d’amélioration de la médiatisation seront préconisées.

C – Les cibles de l’entretien

Les professionnels qui seront questionnés dans le cadre de la mise en œuvre de la démarche pragmatique sont notamment :

1 –Les médias

Le questionnaire qui va permettre de recueillir les avis des médias et des cavaliers de haut niveau sur la problématique relative à la médiatisation des sports équestres est le suivant :

Objectifs de la question	Questions
Sport en général et média : les liens	Pourriez-vous nous donner une définition du concept de Notation ?
Liens avec les sports équestres en particulier	Comme les autres sports en général, est-ce-que les sports équestres, en particulier, ont-ils besoin d'une médiatisation ?
Perception de la médiatisation des sports équestres	Comment trouvez-vous le niveau de médiatisation des sports équestres ?
Raisons expliquant la sous médiatisation	Quelles sont les raisons qui puissent expliquer le niveau de médiatisation actuel des sports équestres ?
Préconisations pour une amélioration de la médiatisation	Quelles seraient vos préconisations pour une amélioration de la médiatisation des sports équestres ?

2 – Membres de la Fédération des sports équestres

Le questionnaire suivant va servir à recueillir les avis de quelques membres de la Fédération des sports équestres :

Objectifs de la question	Questions
Stratégie de communication adoptée par la Fédération	Quelle est la stratégie de communication adoptée par la Fédération, au niveau interne ? et au niveau externe ?

Place de la médiatisation dans les stratégies de communication	Dans le cadre de ces stratégies de communication, quelle importance accordez-vous à la communication médiatique ?
Raisons expliquant la sous médiatisation	L'opinion générale estime actuellement que, par rapport aux autres sports, les sports équestres sont sous médiatisés, quelles peuvent en être les raisons, selon vous ?
Efforts entrepris pour améliorer la visibilité médiatique	Avez-vous déjà entrepris des efforts pour améliorer la visibilité médiatique des sports équestres ?
Préconisations pour une amélioration de la médiatisation	Quelles sont encore les efforts à déployer pour une visibilité médiatique réussie pour les sports équestres ?

II – Résultats de la démarche empirique

La réalisation de la démarche empirique a permis alors de constater que la visibilité médiatique des sports équestres reste encore fortement insuffisante, et que des efforts doivent encore être déployées pour cela.

A – Constatation d’une extinction de la visibilité médiatique des sports équestres

Les personnes interviewées, pour confirmer le manque de visibilité médiatique des sports équestres, ont énoncé plusieurs raisons qui l’expliquent.

- Un milieu très fermé

Le milieu des sports équestres est en effet considéré comme un milieu fermé, où seules quelques catégories de personnes, disposant d’un certain revenu, appartenant à une certaine classe sociale, peuvent y avoir accès. C’est donc un milieu « élitiste ».

Les membres des équipes peuvent être nombreux, tels que les vétérinaires, les sponsors, les propriétaires de chevaux, les cavaliers, mais l’accès aux équipes reste encore très difficile. Ceci est peut être dû au caractère même de ces personnes pratiquant les sports équestres, qui estiment qu’elles n’ont pas besoin d’être en communication avec le monde pour vivre leur passion. En effet, elles ont tendance à penser que l’amour du cheval leur suffit pour pratiquer le sport.

Ces conditions d’exercice même des sports équestres font qu’ils sont sous médiatisés. Seules des chaînes spécialisées s’y intéressent particulièrement. D’ailleurs, les acteurs dans le domaine ne font quasiment pas appel aux médias pour partager leurs activités, sauf lors de grands événements ou lorsque des crises surgissent dans les compétitions¹⁰.

¹⁰ Prenons l’exemple de Michel ROBERT et de la crise qu’il a vécu aux Jeux Olympiques d’Athènes en 2004. Suite aux mauvais résultats sanguins de son cheval Galet D’Auzay, Olivier LEPAGE, directeur technique national de l’équipe de France de saut d’obstacle et vétérinaire par ailleurs, demande la sortie de Michel Robert de la sélection. Le cavalier, n’accepte pas, monte au créneau à la Fédération Française d’Équitation et, étant un excellent communicant, il met les journalistes à ses côtés. Sous la pression médiatique, Olivier Lepage n’assume pas et fait réintégrer Michel Robert pour les jeux d’Athènes. Les médias ne s’intéressent dès lors aux

De leur côté, les journalistes, pour raison de mauvaise connaissance du domaine, n'ont pas tendance à s'y intéresser. Seuls ceux qui sont déjà dans le domaine peuvent le maîtriser efficacement. Raison qui explique le désintérêt des médias à cette activité sportive.

- Des « stars » peu connues

Si les stars de football, de tennis sont très connues par le public, celles des sports équestres leur restent tout à fait étrangères. En effet, toutes les chaînes médiatiques, les réseaux sociaux vantent les grandes stars des autres sports, mais ignorent tout simplement celles des sports équestres.

Les noms des grandes stars ne sont révélés au public que lors de grands événements, les médias n'en parlent que rarement. Par exemple, les noms de Roger Federer, Raphael Nadal, sont maîtrisés par le public, même leur vie privée est connue. Tandis qu'aucune des générations qui se sont succédées n'arrivent à reconnaître Kévin SAUT¹¹ par son nom, alors que c'est le numéro un mondial du saut d'obstacle.



sports équestres que quand il y a une crise ou un événement particulier important : une médaille, un titre mondial et encore, cet événement est très peu et assez mal décrit, faute de connaissances du milieu par le journaliste.

¹¹ Revenons sur le parcours, peu médiatisé, de Kevin Staut (en photo ci contre lors du saut Hermès 2011) qui brille pourtant, portant les couleurs tricolores. Au service de l'équipe de France, Kévin Staut préfère rester à l'écart plutôt que briller sous les feux de la rampe. C'est un choix que beaucoup de médaillés des sports équestres font.

Je reste à l'écart pour conserver un certain mystère. On me dépeint comme un être froid, mais c'est le reflet de la distance que je mets entre le « milieu » et moi. »

- Un système d'épreuves compliqué

Il est certain qu'on ne peut réellement s'intéresser à quelconque jeu sans une préalable maîtrise de son fonctionnement et de ses règles de base. Pour le foot, le basket ou le rugby par exemple, ces règles du jeu sont facilement compréhensibles, même pour les débutants. Le comptage des points ne recèle ainsi aucune complication particulière.

Mais pour les sports équestres, comptabiliser les points et les fautes est un système assez compliqué, qui entraîne souvent lassitude et désintérêt chez les téléspectateurs. « *2 points par barre tombées, 4 points pour un refus, 2 points de dépassement de temps etc* », des règles assez complexes.

Aussi, en faisant la retransmission des sports équestres, les télévisions savent que les téléspectateurs n'auront point la patience de suivre l'émission jusqu'à la fin, tellement les règles sont compliquées. Une telle perte d'audimat entraîne des risques de perte également pour les chaînes de télévision, qui ne sont donc pas encouragés à diffuser des émissions de compétition sur les sports équestres.

Si les acteurs dans le domaine des sports équestres veulent intéresser les médias et le public, ce ne sera pas par le biais des compétitions, mais par l'exposition de la « beauté » : beauté du sport, beauté des chevaux.

Ces principales raisons ont été évoquées par les personnes interviewées, comme constituant des blocages au bon déroulement de la médiatisation des sports équestres. Quelles seraient alors les suggestions d'amélioration de la visibilité médiatique des sports équestres ?

B – Suggestions d'amélioration de la visibilité des sports équestres

-Tirer leçon des autres collègues

Ces sports qui sont actuellement devenus « médiatiquement » célèbres ne l'ont pas tous été depuis le début. Dans les analyses dans la partie théorique, il a été démontré, par exemple, que le rugby a connu des débuts assez difficiles, mais que, grâce à des stratégies de communication bien fondées, il a pu voir briller sa renommée médiatique.

Les sports équestres peuvent alors s'inspirer de ses autres collègues pour fonder son ascendance sur le plan médiatique. Communiquer ne nécessite pas forcément de moyens colossaux, il faut savoir discuter avec les médias pour que ces derniers puissent trouver leurs bénéfices.

Tous les canaux de communication doivent être exploités par les sports équestres pour améliorer leur visibilité, que ces canaux soient ou non digitaux. Par exemple, les sports équestres peuvent mettre en place un web TV dédié à l'actualité des sports équestres de haut niveau (Grand Prix TV)

En effet, la Web TV ou webtélé, consiste en la diffusion et la réception par une interface Web de signaux vidéo, de telle sorte que les internautes puissent avoir accès à des contenus vidéos de par leur système de navigation. Ce système utilise alors les nouvelles technologies disponibles pour relier les internautes avec les émissions des chaînes de télévision.

Pour cela, les représentants des sports équestres peuvent collaborer avec plusieurs chaînes de télévision. La visibilité est d'autant plus accrue, car, grâce à ce système de Web TV, les intéressés par les sports équestres n'auront plus besoin d'être devant leurs écrans de télévision pour obtenir des informations sur leurs sports. Les sports équestres deviendront alors plus célèbres et plus accessibles grâce à ce système de Web TV.

En résumé, l'ascension médiatique des sports équestres sera conditionnée par une communication positive, fédératrice, novatrice, des sports équestres. Quelle sera alors la stratégie à déployer pour ce faire ?

-Stratégie de communication : valoriser la beauté de l'animal, puis le sport

Les études réalisées plus haut ont montré que comme les règles du jeu sont assez complexes, les téléspectateurs, nouveaux dans le domaine des sports équestres, ont plutôt tendance à s'intéresser d'abord à la beauté des chevaux, à l'émotionnel, à la proximité de l'animal avec son cavalier.

Aussi, au début, pour cibler les nouveaux à entrer dans le domaine, dont notamment les médias et les téléspectateurs, les sports équestres doivent d'abord miser sur l'émotionnel, l'animal et la proximité. Mais les sports équestres peuvent perdre une certaine valeur ajoutée s'ils ne se concentrent que sur la beauté des chevaux. Aussi, au fur et à mesure de l'évolution de l'intérêt que le public porte sur les sports équestres, ces derniers peuvent insérer le volet « sport » de cette beauté.

C'est en captant la beauté de la communication et des liens entre les cavaliers et les chevaux qu'on puisse s'intéresser ensuite aux règles du jeu et aux compétitions. Aussi, les sports équestres doivent capter l'attention du public avec stratégie.

-Bien choisir les partenaires de communication

La visibilité d'une activité sportive dépend en effet de la qualité et de la renommée même de ses partenaires. Aussi, si les sports équestres veulent améliorer leur présence médiatique, il faut qu'ils s'allient à des partenaires jouissant déjà d'une certaine notoriété médiatique, dont notamment les grandes marques ainsi que les grands organisateurs de concours.

En réalité, ce ne sont pas les sponsors qui manquent, mais il faut que les sports équestres sachent négocier les intérêts de chacun dans le sponsoring/partenariat, pour que la relation gagnant-gagnant soit le principe.

Gucci, Audi, Rolex, Hermès, ...plusieurs grandes marques sont actuellement en soif de collaborer avec une activité sportive qui puisse rehausser leur marque, leur prestige. Et les sports équestres peuvent en profiter pour asseoir également leur visibilité médiatique. Oui, il est bien possible pour les sports équestres d'améliorer leur visibilité médiatique en collaborant avec les grandes Maisons de Mode, vu que, en France, la mode tient une place primordiale dans le quotidien du public, et les grandes marques sont en pleine expansion.

Ci-dessous quelques chiffres confirmant l'importance du secteur de la mode en France¹² :

« - Le chiffre d'affaires annuel du marché de la mode et du prêt à porter en France est de 41 milliards d'euros ;

-Le prêt-à-porter (Mode pour homme/femme, chaussure, accessoires, bijoux, lingerie, puériculture et sportwear) représente un quart du nombre de réseaux de franchise présents en France »

L'industrie de la mode, en France, est une grande industrie qui emploie près de 200 000 personnes au sein de plus de 6 800 entreprises, faisant ainsi de la mode une des principales industries en France.

A l'heure actuelle, la mode, les grandes marques, ne concernent pas uniquement les femmes, mais également les hommes, qui en sont même de gros consommateurs. A titre illustratif, on peut affirmer que consommation annuelle en produits de grandes marques s'élève à peu près à 422 euros pour les femmes et 360 Euros pour les hommes. Au cours de l'année 2012, le chiffre d'affaires du prêt à porter féminin a affiché un montant de 11 M d'euros.

¹² <http://ac-franchise.com/page/marche-de-la-mode-et-pret-a-porter-femme>

Aussi, les grandes marques, de par leurs produits, ciblent un public très large et fortement diversifié. Les sports équestres, en renforçant leur collaboration avec ces grandes Maisons, profiteront de cette notoriété.

Gucci

La maison de marque Gucci est une des principales organisatrices de l'évènement Gucci Masters dont le crédo est : « Quand élégance rime avec excellence ». Elle est donc spécialisée dans l'organisation d'évènements et de grands concours.



En tant que maison de marque, Gucci expose naturellement le style et la mode. Mais dans tous les événements qu'elle organise, elle rallie toujours : beauté, élégance et précision. Autant de valeurs également prônées par les sports équestres. Aussi, les sports équestres peuvent s'allier avec une telle maison de Marque qui partage ses propres valeurs.

Rolex

Rolex figure déjà parmi les plus grands partenaires de tous les événements équestres. Son implication dans les jeux équestres date déjà de plusieurs années, vu que le premier partenariat avec les sports équestres date déjà des années 50.

Le fondement du partenariat réside en effet au niveau des trois valeurs copartagées entre Rolex et les sports équestres : la précision, la grâce des cavaliers et la maîtrise du temps. Les sports équestres doivent de ce fait savoir entretenir cette relation déjà solide avec Rolex, et profiter de la renommée mondiale de cette grande marque pour asseoir également la sienne.



-Innover

Pour ne pas tomber dans l'habituel et le standard, et pour attirer l'attention du public, les fédérations équestres doivent adopter des innovations. Créer le buzz peut parfois conduire à des résultats positifs inattendus.

Toutes les fédérations doivent se concerter pour conclure sur une innovation à faire, que cela soit au niveau des stratégies de communication, au niveau du choix des ambassadeurs de jeux, organisation de concours au niveau du public, ...

Certes, une telle innovation va nécessairement engendrer des coûts, mais les fédérations doivent également penser au retour d'investissement que cela peut donner, notamment au niveau d'une présence médiatique plus permanente.

Les sports équestres ne doivent désormais plus se contenter de simple communiqué de presse envoyé et posté ensuite sur le site de l'évènement, ce système n'apporte pas une visibilité médiatique suffisante. Il faut savoir cibler efficacement le public et capter son attention.

CONCLUSION

Sport et média entretiennent ensemble un certain lien d'interdépendance. En effet, c'est par le biais d'une médiatisation réussie qu'une activité sportive puisse fonder sa renommée, et accroître sa valeur aux yeux du public.

Cette étude a permis la réalisation d'une étude approfondie du niveau de médiatisation des sports équestres. Les résultats ont alors permis de conclure sur une « sous médiatisation » de ces activités équestres. Certes, les sports équestres communiquent, des informations, des communiqués sont constamment diffusés, mais à l'état actuel, ces efforts sont insuffisants pour une visibilité médiatique « suffisante ».

Les raisons sont nombreuses. Les sports équestres sont en effet considérés comme un « cercle fermé », réservé à une certaine catégorie sociale. De même, il a été constaté que la difficulté, ou la complexité liées aux règles du jeu engendrent parfois désintérêt pour le public, et donc pour les médias, à se pencher sur les sports équestres. Les stars ne sont pas assez valorisées, et se trouvent même inconnus du public, contrairement aux stars des autres sports.

Alors que les sports équestres sont en quête de démocratisation, la nécessité d'amélioration de leur visibilité médiatique s'impose. Plusieurs autres activités sportives sont passées sous cette phase, le rugby, le foot, ...ont également connu des moments « médiatiquement sombres ». Les sports équestres doivent alors apprendre de leurs « best practices » pour avoir bénéficier d'une médiatisation efficace.

Les pistes préconisées, pour améliorer la médiatisation des sports équestres, engendreront certainement des coûts. La présence de ces coûts ne doit toutefois pas décourager les fédérations des sports équestres, car les retours d'investissement seront palpables.

Il a été préconisé que l'amélioration de la visibilité médiatique, pour les sports équestres, nécessite :

-Un renforcement de la collaboration avec les sponsors, qui sont généralement des grandes marques

-La mise en place d'une innovation

-La réorientation du système de communication.

BIBLIOGRAPHIE

Bourdieu Pierre, Sur la télévision, suivi de L'emprise du journalisme, Editions Liber-Raisons d'agir, 1996. Chaniac Régine, Jézéquel Jean-Pierre, La Télévision. La Découverte , 2005.

CHAILLEY (M.), La télévision pour lire et pour écrire, Hachette, 1993

JOST (F.), Introduction à l'analyse de la télévision, Ellipse, 1999

JOST (F.), La télévision du quotidien. Entre réalité et fiction, De Boeck /INA, coll. Médias-Recherches, réédition 2003

La télévision et ses influences. S/d Courbet (D) et Fourquet (M.P). de Boeck/Ina, 2003.

Bourdon Jérôme, Haute Fidélité. Pouvoir et télévision, 1935 - 1994 , Edition du Seuil, 1994

DELPORTE, Christian, « La fabrique des sports » in Le Temps des Médias n°9, 15 avril 2008

FESTOR Gilles, « C'est aussi la faute des médias », in lefigaro.fr, 21 mars 2011

GARAUDE, Astrid, « Pensions : pourquoi de telles disparités ? » in Grand Prix Magazine n°36, mai 2012*

POPESCU-JOURDY, Dana, « Le spectacle sportif et les médias : une relation toujours privilégiée » in Les Cahiers du Journalisme n°19, hiver 2009

RACAPE, Arnaud et HENNETON, Thibault, « Ménage à trois : sport, médias et argent » in acrimed.org, 4 mars 2011

BVA, « Les Français, le sport et l'équitation », juin 2011

Idéactif, « Etude géo-marketing du profil des licenciés FFE », février 2008

TNS Sofres-FIVAL, « Les pratiques équestres », novembre 2007

Opinion Way, « Baromètre d'image des Jeux Equestres Mondiaux », avril 2013