

Pégase est Ornaïs

Par :

Françoise GOMORD,
Responsable Filière équine,
Conseil général de l'Orne
GOMORD.Francoise@CG61.fr

Arnaud ROUSSEAU,
Responsable de l'Observatoire territorial,
Responsable du Bureau Action
Economique et Touristique,
Conseil général de l'Orne

La filière équine de l'Orne comptabilise plus de 2 300 emplois directs sur les 12 000 que compte la région Basse-Normandie et totalise un chiffre d'affaires de l'ordre de 250 millions d'euros. Près de 10% du territoire ornaïs est valorisé par quelques 30 000 équidés (hors productions d'aliments). En matière d'élevage, l'Orne est reconnue depuis le XIX^{ème} siècle de par la qualité particulière de ses herbages ; une terre de naissance de champions dans de nombreuses disciplines. A ce jour, le département accueille plus de 3 000 élevages d'équidés avec en tête l'élevage de trotteurs, puis les galopeurs et enfin les chevaux de sports. Le Conseil général travaille depuis les années 2000 à l'accompagnement global de cette véritable filière équine. Que ce soit au titre de l'accompagnement des éleveurs, des entraîneurs, des sportifs de haut niveau, des centres équestres et donc des pratiquants mais également des entreprises en lien direct avec la filière, le Conseil général y consacre une part non négligeable de son budget ne relevant pas de ses missions obligatoires (de l'ordre de 600 000 € par an).

Cette filière est majeure pour notre département et afin d'en accentuer sa visibilité, notre axe de réflexion et d'action se détermine selon différents niveaux : le premier correspond aux aides évoquées plus haut concernant le réseau des entreprises et des pratiquants (tous confondus), le deuxième répond au développement de la coopération institutionnelle avec les grands acteurs institutionnels que sont les collectivités et les services de l'Etat afin de développer le « Versailles du cheval » : le Haras du Pin, véritable vitrine du cheval ornaïs de renommée internationale.

Dans une volonté d'efficacité des deniers publics, une évaluation des différentes politiques a été menée. Pour les aides à la filière équine, c'est un questionnaire auprès des bénéficiaires des aides depuis l'origine qui nous permet d'appréhender l'efficacité de nos actions. Les résultats, qui au 1^{er} mars ne sont que partiels, nous permettent cependant de mieux apprécier les résultats des aides octroyées.

Que ce soit en matière de création d'emplois, de développement économique, d'amélioration des conditions de travail, ou bien encore du nombre de clients, les résultats obtenus sont positivement significatifs et ne peuvent qu'encourager à la poursuite de cette politique.

L'aide régulière sur les investissements des centres hippiques a permis aux 2/3 des structures de pouvoir se rénover et d'améliorer les conditions de pratique aux adhérents. L'augmentation du nombre de licences fédérales croît de 5 % chaque année, pour se situer dans la moyenne fédérale. La Basse-Normandie, en termes de pénétration au regard de la population, figure en première place des régions françaises pour la pratique de l'équitation.

Au-delà de cette évaluation chiffrée, les aides du Conseil général ont un véritable effet levier économique. A titre d'exemple dans le domaine de l'élevage, la mise en place d'une politique de subvention concertée avec le Conseil des chevaux de Basse-Normandie permettant aux entraîneurs de créer une piste ou acquérir un marcheur, produit des effets allant au-delà de la seule activité d'élevage.

En effet, depuis 12 ans, le conseil général a investi 880 000 euros qui ont généré 3,48 Millions d'euros de travaux. Cet effet levier de 1 à 4 profite aux entreprises ornaïses et régionales. L'une d'elles, basée dans le Calvados, s'est spécialisée dans les sols équestres au point de s'associer avec l'Ecole nationale vétérinaire de Maison Alfort pour améliorer la qualité des sols grâce à des travaux sur les performances physiques des chevaux menés conjointement par des techniciens des sols et par le Professeur Denoy (reconnu par ses pairs meilleur chercheur équin en 2010 pour l'ensemble de ses travaux).

Au delà de l'impact économique de cette aide, il est particulièrement intéressant de noter que cette amélioration des conditions de travail des entraîneurs peut bénéficier à d'autres disciplines équestres : Ainsi, une convention a été passée entre le Comité départemental d'endurance et un propriétaire de piste dont les travaux ont été subventionnés, pour permettre à une dizaine de cavaliers d'endurance de s'entraîner un samedi par mois sur la piste. Cette initiative, unique en Basse-Normandie, a été mise en place en 2011. Même s'il est trop tôt pour en mesurer les effets, déjà les cavaliers se disent satisfaits de pouvoir s'entraîner ensemble, et de bénéficier d'excellentes conditions de pratique, ce qui n'était pas possible avant, permettant notamment un contrôle vétérinaire facile sur les fréquences cardiaques des montures.

L'ensemble de ces considérations économiques impacte inévitablement l'image « cheval ».

Favoriser la pratique des professionnels comme des amateurs engendre une image « cheval » utilisée par les collectivités dans leur communication institutionnelle. Le cas de l'Orne est typique de cette situation : ainsi, Patrick REBULARD, suivi une bonne dizaine d'années par le Département, a fait découvrir l'attelage sportif de haut niveau à 4 chevaux, au niveau national. Le Département s'en est directement inspiré pour créer son premier logo : « un attelage stylisé ».

Ce logo a ensuite évolué vers le logo actuel : un cheval, seul, en mouvement. En effet, mettre l'Orne en attelage pouvait avoir une signification passéiste voire négative. L'Orne n'est pas tirée mais moteur et en mouvement ! c'est donc un poulain stylisé au galop qui a été choisi, un autre logo ornais a connu pareille évolution suite à des remarques négatives de la part de la population. Ce logo, celui du Parc Naturel Régional du Perche, représentait un percheron broutant dans une prairie et a ensuite évolué vers un percheron en mouvement, tête au vent.

Le cheval est maintenant partie intégrante dans toute la communication institutionnelle, à la fois au travers du logo mais également au travers d'images de pratiquants quelle que soit la pratique (randonnée, CSO, endurance, courses de trot ou de galop,...). Ces images sont de véritables vecteurs de communication au travers de ce qu'elles véhiculent que ce soit l'image d'un territoire préservé, d'un territoire persévérant, d'un territoire gagnant.

Cette communication est-elle véritablement efficace ? Nous sommes convaincus de l'effet fédérateur du cheval mais il n'en reste pas moins que le cheval est toujours perçu avec une connotation de richesse et de luxe ce qui pourrait pousser une part de la population à ne pas adhérer à cette image.

Pegasus comes from the Orne region

Submitted by :

Françoise GOMORD
supervisor of Horse industry,
General Council of the Orne
GOMORD.Francoise@CG61.fr

ROUSSEAU Arnaud,
Head of Territorial Observatory,
Head of Economic and Tourism Office Action,
General Council of the Orne

The equine industry in the Orne accounts for more than 2,300 direct jobs on a total of 12,000 for the region of Basse Normandie and a total turnover of around € 250 million. Nearly 10% of the land in the Orne is devoted to some 30,000 horses (excluding production of food). As for breeding, the Orne has been famous since the nineteenth century because of the special quality of its pastures; it has been the birthplace of champions in many disciplines. To date, the department has more than 3,000 horse farms breeding trotters first and foremost, then gallopers and then horse sports. The General Council has been working since the years 2000 on how to provide global support to what is a genuine industry. Whether it is to support the breeders, coaches, athletes, equestrian centres and thus equestrians or to support companies directly related to the industry, the General Council devotes a significant proportion of its budget (about € 600 000 per year) to activities not directly related to its mandatory duties.

This sector is major for our department and in order to accentuate its visibility, our line of thought and action is determined according to different levels: the first corresponds to the aid mentioned above concerning the network of businesses and practitioners (all together) the second addresses the development of institutional cooperation with the major institutional players that are local and state agencies to develop the "Versailles of horses" : Le Pin National stud a world renowned showcase of the Orne's horses.

In an effort efficiency of public funds, an assessment of various policies was conducted. Regarding the support to the horse industry, assessment took the form of a questionnaire given to the recipients of aid from the origin and this has allowed us to understand the effectiveness of our actions. The results, which on March 1 are only partial, allow us however to better appreciate the results of the aid granted.

Whether in terms of job creation, economic development, improvement of working conditions, or even the number of customers, the results are positively significant and can only encourage the continuation of this policy.

The regular support of equestrian centres' investments has allowed two-thirds of the power structures to renovate themselves and improve the conditions of practice for members. The number of federal registered members increases by 5% annually, reaching the average of other national federations. Basse Normandie ranks first in France for the practice of horse riding, if one takes into account the ratio between those engaged in the activity and the overall population.

Beyond this quantitative assessment, grants from the General Council have a real economic leverage. For example in the field of animal breedings, the setting up of a concerted policy of subsidies decided in concertation with the Horse Council of Basse Normandie enabling coaches to create a track or buy a walker, has had positive effects beyond the mere breeding activity.

Indeed, for the past 12 years, the council has invested 880 000 euros, which have generated 3.48 million euros of work. This one to four leverage effect benefits businesses in the Orne and in the region. One of them, based in Calvados, has specialized in equestrian surfaces so much so that it has associated with the National Veterinary School of Maison-Alfort to improve soil quality by studying the physical performance of horses, a research work that is conducted jointly by soil technicians and by Professor Denoy (recognized by his peers as the best equine researcher in 2010 for all of its work).

Beyond the economic impact of this aid, it is particularly noteworthy that this improvement of working conditions for coaches can benefit other equestrian disciplines: For example, an agreement has been signed between the Endurance Committee of the departement and a track owner whose work was subsidised to allow a dozen endurance riders to train one Saturday a month on the track. This initiative, unique in Basse Normandie, was started in 2011. While it is too early to measure its effects, riders are already expressing their satisfaction at being able to train together, and enjoy excellent conditions of practice, which was not possible before, especially because it allows for an easy veterinary check on the heart rates of the horses.

All these economic considerations inevitably impact the "horse" image.

To promote the practice of professional and amateur horse-riders alike generates a positive "horse" image that is used by local authorities in their institutional communication. The case of the Orne is typical of this situation: for example, Patrick REBULARD, followed a dozen years by the Department, has made the top level four-horse drawn carriage sport known at national level. The department has used it to create its first logo, "a stylized carriage."

This logo has evolved into the current logo: a horse, alone, in motion. Indeed, to associate the Orne with a carriage could have been interpreted as old-fashioned, even in a negative way.. The Orne is not drawn but moving, a prime-mover! so it is a stylized galloping colt that was selected. Another local logo has experienced such changes following negative remarks from people. This logo, that of the Regional Natural Park of the Perche, was first a Percheron grazing in a meadow and it later evolved into a Percheron in motion and its head feeling the wind.

The horse is now an integral part in all the institutional communication, both through the logo but also through images of practitioners regardless of the practice (riding, jumping, endurance, trotting or galloping, ...). These images are real vectors of communication through what they convey, whether it is the image of a protected territory or the image of a territory that perseveres and wins.

Is this communication really effective? We are convinced of the unifying effect of the horse but the fact remains that the horse is still associated with wealth and luxury, which could lead a section of the population not to adhere to this image.