



26 février 2003

LES HARAS NATIONAUX

Évolution et place des sports en général et des sports équestres en particulier dans notre société

*par : J.-P. Digard
anthropologue, directeur de recherche au CNRS
Centre de recherche pluridisciplinaire du CNRS
27, rue Paul Bert, 94204 Ivry-sur-Seine Cedex
digard@ivry.cnrs.fr*

Résumé :

L'évolution des sports et de leur place dans la société française depuis une quinzaine d'années fait apparaître trois tendances principales : la massification des pratiques, leur diversification et la bêtification du sport et de ses acteurs. Les sports équestres partagent ces évolutions mais avec des particularités qui tiennent à la présence et au nouveau statut du cheval.

Mots-clés : Changement social et culturel – Sport – Massification – Diversification - Statut du cheval

Summary :

The evolution of sports and of their place in French society since a fifteen years makes appear three main tendencies : massification of practices, diversification and nonsense making for the sports and their social actors. Riding sports share these evolutions but with some particularities which depends on the presence of the horse and its new status.

Key-words : Social and cultural change – Massification – Diversification - Horse's status

Trois tendances se dégagent de l'évolution des sports et de leur place dans la société française depuis une quinzaine d'années.

LA MASSIFICATION

La progression de la pratique sportive ne fait aucun doute. Selon des enquêtes menées par le Laboratoire de sociologie de l'INSEP en 1985 et 2000, 36 millions de Français de 15 à 75 ans déclarent pratiquer au moins une activité physique et sportive (APS) soit 83% de la population interrogée contre 74% quinze ans plus tôt. Parmi eux, 10 millions sont adhérents à des clubs ou associations sportifs, plus de 8 millions participent à des compétitions, dont 10 000 à haut niveau et/ou à titre professionnel. Cette progression s'explique notamment par une représentation plus forte de certaines catégories comme les femmes et les personnes âgées de plus de 45 ans.

Les sports équestres ne sont pas en reste puisque, entre 1985 et 2000, le nombre total (estimé) des cavaliers, réguliers et occasionnels, licenciés et « hors-structures », est passé de 300 000 à 620 000, celui des licenciés de la Fédération française d'équitation (FFE) de 150 000 à 430 000, et celui des cavaliers titulaires d'une licence de compétition de 20 000 à près de 40 000, soit des augmentations égales ou supérieures à 100%. La féminisation apparaît ici particulièrement déterminante, sur le plan qualitatif aussi bien que quantitatif.

LA DIVERSIFICATION

Comme toujours en pareil cas, l'élargissement de la base sociale d'une activité entraîne une diversification des pratiques, avec, dans certains cas, l'apparition de divergences et même de véritables fractures sociales et culturelles. Autrefois apanage des classes privilégiées, le sport s'est diffusé, par imitation et à la faveur de l'élévation du niveau de vie moyen, dans toutes les autres catégories sociales, en Occident, ainsi, bien que dans une moindre mesure, dans le monde entier. Il en faut donc, et il y en a pour tous les goûts. De nouvelles disciplines ont émergé, comme les sports de glisse (surf, roller, etc.), apparus dans les années 80-90 et qui affichent aujourd'hui 7 millions de pratiquants. Des écarts se creusent entre les sports de masse (comme les jeux de ballon et de raquette) et les sports confidentiels ou élitistes (voile, golf, équitation), entre les sports fortement institutionnalisés (foot, tennis) et les sports de pratique populaire (marche, natation, vélo), entre les sports médiatisés à outrance parce qu'ils génèrent des plus-values importantes (452 h d'antenne par an pour le foot contre 7 h 20 mn pour l'équitation) et les autres dont la place dans les médias ne cesse de régresser (7 h 20 mn d'antenne pour l'équitation contre 24 h 24 mn en 1996), avec ce cercle vicieux : plus un sport rapporte, plus il est médiatisé, et plus il est médiatisé, plus il rapporte. Enfin, à l'intérieur même de certaines disciplines, des pratiques différentes voire antinomiques se développent : ainsi, entre le sport classique, fondé sur l'effort et orienté vers la compétition, d'une part, et les activités physiques de loisir, à finalité ludique et hédoniste, l'écart se creuse de plus en plus.

Ces forces centrifuges n'épargnent pas les sports équestres, d'autant moins que ceux-ci offraient un milieu favorable — l'éclatement (pour ne pas dire la division) des milieux du cheval entre trait et selle, entre équitation et courses, entre trot et galop, ne datent pas d'hier. Là aussi, de nouvelles disciplines se sont développées (équitation sur poney, équitation américaine, horse-ball, randonnée, etc.). Aux cloisonnements traditionnels, sont venus s'ajouter ou se superposer d'autres coupures, entre équitation de compétition et équitation de plaisance (« de transport », disent les mauvaises langues), entre associations équestres à but non lucratif et établissements professionnels à finalité commerciale s'adressant à des clients, entre licenciés et cavaliers « hors-structures », entre « hommes de cheval » et « nouveaux cavaliers »...

LA BETIFICATION

La mercantilisation du sport professionnel est allé de pair avec une intense activité de « communication » (mot devenu synonyme de « publicité », par un processus d'euphémisation et de brouillage analogue, par exemple, à celui qui a amené le « capitalisme » à se déguiser en « mondialisation »). Et l'« image » est le

paradigme de cette communication-là — image évidemment construite, non point pour refléter la réalité mais tout au contraire pour la brouiller, sous l'alibi de répondre à de prétendues attentes du public. Aujourd'hui, la nouvelle image du sport passe de plus en plus par son angélisation et par l'héroïsation des sportifs de haut niveau. Le sport est paré de toutes les vertus ; il est bon pour la santé, pour l'éducation, contre le racisme et pour l'intégration des immigrés (cf. la Coupe du monde de foot en 1998). A regarder certains journaux télévisés, on croirait que le sort de la planète dépend autant de l'issue de la coupe Davis ou des humeurs d'Anelka que de la lutte contre les inégalités Nord-Sud ou de la détermination du président Bush à combattre l'« axe du mal ». D'où, en réaction contre ces outrances, d'autres outrances, comme celle qui consiste à voir dans le sport le nouvel « opium du peuple » (Jean-Marie Brohm, *Les meutes sportives*, Paris, L'Harmattan, 1993).

Sur cette scène-là aussi, les sports équestres sont présents, mais avec un certain nombre d'éléments spécifiques. Parmi les thèmes angéliques, on peut citer celui de la « grande famille du cheval », aimable fiction, aussi récurrente que les faits qui la démentent. Mais l'élément décisif, celui qui fonde l'irréductible originalité des sports équestres, à la fois atout et complication supplémentaire, c'est bien sûr le cheval. En s'associant avec cet animal à valeur symbolique forte et ancienne, et dont le statut n'a cessé de s'élever, il était inévitable que l'homme ait à partager avec lui la vedette. En l'occurrence, c'est la monture plus que le cavalier qui est aujourd'hui héroïsée, angélisée et, de plus en plus, plainte par le politiquement correct animalitaire. C'est là que passe la ligne de démarcation, qui se marque chaque jour davantage, entre deux cultures de l'animal, incarnées respectivement par les cavaliers professionnels et par les « nouveaux cavaliers » : les premiers respectent le cheval mais l'instrumentalisent, les seconds l'aiment, ne l'instrumentalisent pas mais n'en font rien ou pas grand-chose ; les premiers sont les méchants, les seconds les gentils ; du coup, les premiers culpabilisent ou dissimulent, cédant ainsi lentement mais sûrement du terrain aux seconds et à ceux qui avancent, masqués, derrière eux : les soi-disant « amis des animaux ». Des critiques de plus en plus précises et insistantes sont en effet portées contre certaines pratiques équestres, et des actions de plus en plus nombreuses sont entreprises pour faire interdire certaines compétitions. Un bon exemple du piège ainsi tendu au cheval est offert par les difficultés de la retransmission des événements équestres à la télévision : seules les formes les plus spectaculaires — CSO, complet, courses d'obstacles — seraient à même de reconquérir une audience sur les chaînes généralistes ; or ce sont précisément ces disciplines spectaculaires qui sont les plus visées par le lobby protectionniste.

L'idéologie animalitaire tend fondamentalement vers un idéal de non-utilisation des animaux par l'homme ; à ce titre, elle ne peut, à long terme, que se révéler néfaste pour l'avenir du cheval lui-même en tant que produit agricole. Au lieu de faire des concessions à cette idéologie, il faut donc lui résister et la dénoncer pour ce qu'elle est : une entreprise de démoralisation des professionnels et de sabotage des filières animales.