

APPORTS DE LA SOCIOLOGIE POUR DES ACTIONS EN SANTE ANIMALE AUPRES DES ELEVEURS *

Florence Kling-Eveillard¹ et Brigitte Frappat¹

RESUME

L'Institut de l'Élevage met en œuvre des approches sociologiques pour accompagner le changement technique en élevage sur des sujets tels que les mammites et la qualité du lait, la reproduction et la fécondité des animaux, le risque sanitaire, le bien-être animal et la relation homme-animal. Des enquêtes qualitatives permettent d'identifier les connaissances, les représentations, le rôle des groupes sociaux et les aspects matériels qui peuvent constituer des freins ou des leviers pour les éleveurs vis-à-vis d'un changement de pratique. Ces éléments sont pris en compte pour raisonner le choix des publics, des objectifs et du contenu technique, des messages et argumentaires, des supports, et des relais sur le terrain auprès des éleveurs. Les actions de conseil mises en place s'appuient de plus sur le rôle décisif des réseaux professionnels et sociaux dans le changement, d'une part, en veillant à l'implication dans l'action des interlocuteurs importants pour les éleveurs et, d'autre part, en favorisant les réunions entre éleveurs, lieu d'expression et de confrontation des représentations.

Mots-clés : élevage, changement, représentations, conseil.

SUMMARY

The French Livestock Institute uses sociological approach to assist livestock farmers in effecting changes in their practice on topics such as milk quality and mastitis, reproduction and fertility, sanitary risks, animal welfare and human-animal relationship. Qualitative interviews are conducted to identify the main obstacles to change, such as the farmer's prior knowledge, social perceptions, influence of social group and material aspects. These are taken into account in the advisory programmes, in the choice of farmer categories, in the presentation of objectives, in the technical message, the argumentation, the type of advice given and the role of the various advisors. These advisory programmes pay specific attention to the influential role of the farmers' social environment. Firstly by involving the key advisors in the programme, and by encouraging balanced and open exchanges between farmers.

Keywords: Cattle farming, Technical change, Representation, Advisory system.



* Texte de la conférence présentée au cours des Journées scientifiques AEEMA, 20 mai 2010

¹ Institut de l'Élevage 149 rue de Bercy 75595 Paris cx 12, France

Depuis plus de 25 ans, l'Institut de l'Élevage construit des méthodes, propose des appuis et assure l'animation nationale d'actions de conseil auprès d'éleveurs, combinant conseil collectif et conseil individuel. Ces appuis ont été l'occasion, d'une part, de développer une compréhension des pratiques des éleveurs et des facteurs qui facilitent ou freinent le changement technique, des connaissances sur les relations des éleveurs au conseil et, d'autre part, de mettre en œuvre des méthodes et des compétences sur la communication, la gestion du partenariat entre acteurs d'un projet et la conduite d'actions de conseil collectives.

La sociologie a été mobilisée parmi d'autres disciplines et approches, d'une part, lors de la préparation et de l'évaluation des actions de conseil pour aider à mieux comprendre les déterminants des pratiques des éleveurs et du changement et, d'autre part, dans l'action pour susciter la mise en œuvre d'occasions d'interactions entre les éleveurs, favorables au changement.

Il s'agit d'accompagner les éleveurs dans leurs décisions techniques, organisationnelles et sociales. Pour cela, des thèmes très divers ont été abordés dans ces actions de conseil, en particulier le domaine de l'animal et de la santé animale : la qualité du lait et le taux de leucocytes dans le lait (actions régionales Top-Lait), la reproduction des vaches laitières (action Top-Fécondité Nord-Picardie, *ReproAction* menée par l'UNCEIA), le risque sanitaire autour de la maladie des muqueuses (BVD) et de la fièvre Q (projet de recherche ACDUQ), la relation éleveur-animal, le bien-être animal et l'écornage (projet européen *Welfare Quality*, etc.).

Ces projets ont tous eu pour objectif d'accroître la connaissance sur les pratiques des éleveurs et leurs perceptions, et certains allaient jusqu'à la construction d'actions de conseil partenariales. C'est le cas en particulier des actions Top-Lait, Top-Fécondité, *Repro-Action*, qui seront évoquées, à titre d'exemples, dans la suite du texte.

I - LES BASES METHODOLOGIQUES POUR UN CONSEIL EFFICACE A GRANDE ECHELLE

Nous nous proposons d'aborder successivement deux aspects déterminants de l'efficacité des actions de conseil qui constituent également les fondements méthodologiques des appuis que l'Institut de l'Élevage apporte à ses partenaires porteurs d'actions de conseil. Il s'agit, d'une part, de la prise en compte des leviers individuels qui vont impulser ou empêcher une décision de changement, et d'autre part, de l'ingénierie du conseil pour la mise en œuvre d'actions multi-partenariales à grande échelle.

1. LES FACTEURS EXPLICATIFS DU CHANGEMENT TECHNIQUE EN ELEVAGE

Les comportements des éleveurs sont sous l'influence de quatre groupes de facteurs, qui

vont également intervenir pour pousser au changement ou au contraire le freiner, tel qu'illustré dans la figure 1.

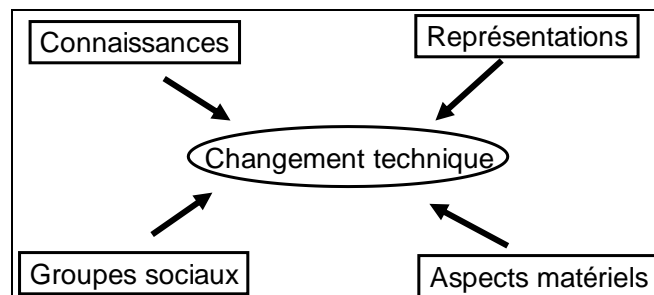
1.1. LES CONNAISSANCES

Ce sont l'ensemble des connaissances de toute nature (scientifiques, techniques, pratiques, empiriques ...) que l'éleveur mobilise pour comprendre son environnement et les phénomènes à l'œuvre dans son exploitation, son troupeau, ses parcelles, ...

L'absence de connaissances peut constituer un frein au changement. Ainsi en santé animale, la mise en œuvre de pratiques préventives destinées à enrayer la propagation d'une maladie peut se trouver limitée par une méconnaissance et une incompréhension soit des phénomènes biologiques à l'origine de la maladie, soit des pratiques et dispositifs de lutte contre la maladie.

Figure 1

Les facteurs explicatifs du comportement et du changement technique



A titre d'exemple, dans les enquêtes préalables à la mise en place de l'action collective Top-Lait Haute-Normandie, des éleveurs confondaient germes et cellules, et d'autres n'associaient pas la présence de leucocytes dans le lait (détectée par le laboratoire) à une infection, une mammite dite « invisible » caractérisée par l'absence de symptômes sur l'animal [Dockès *et al.*, 1993].

De la même manière, les enquêtes sur le risque sanitaire conduites récemment dans le cadre du programme de recherche ACQUQ [Mioche, 2007] ont montré que les éleveurs méconnaissaient le caractère zoonotique de la fièvre Q et les risques de contagion liés à la proximité des parcelles entre élevages. De même, les processus biologiques et les moyens de lutte contre la BVD semblent encore mal connus d'une bonne partie des éleveurs, y compris lorsqu'ils sont engagés dans un plan de lutte collectif [Lhotel, 2007].

1.2. LES REPRÉSENTATIONS

Les représentations sociales peuvent être définies comme des manières de penser, de s'approprier et d'interpréter la réalité quotidienne. Nous considérons les représentations au sens de Jodelet [1989] comme une forme de connaissance, ou une perception socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique. Sens et Soriano [1998] précisent qu'elles constituent pour chacun une façon d'organiser ses connaissances suivant une cohérence qui lui est propre. Elles se réfèrent à des objets précis (le métier, les pratiques de travail, le statut de l'animal, la relation homme-animal, la situation des éleveurs dans la société). Elles

s'expriment en termes de jugements, d'opinions, de disposition d'esprit.

Ainsi, des enquêtes menées en 2000 [Dockès et Kling-Eveillard, 2007] sur le bien-être animal ont montré une diversité de représentations du métier, de leurs animaux et du bien-être animal et permis d'identifier quatre profils d'attitude des éleveurs selon, d'une part, leur proximité avec l'animal et, d'autre part, leur intérêt pour la technique. Les « éleveurs pour l'animal » n'auraient pas pu concevoir leur vie sans animaux et ont une relation affective avec leurs animaux ; les « éleveurs avec l'animal » pratiquent plutôt leur métier dans une continuité familiale et communiquent volontiers avec les animaux, mais ils ne s'attachent pas à tous leurs animaux pris individuellement ; les « éleveurs malgré l'animal » exercent leur métier par continuité familiale et ont choisi leur production pour des raisons économiques plus que par passion, la communication avec l'animal est instrumentalisée ; et les « éleveurs pour la technique » ne considèrent pas que la relation à l'animal soit essentielle dans leur métier.

Autre exemple, le projet de recherche ACQUQ [Ducrot *et al.*, 2010] a mis en évidence que les éleveurs ont une représentation du troupeau en bonne santé qui peut se fonder sur différentes logiques : un troupeau en bonne santé est un troupeau qui suscite peu d'interventions vétérinaires, ou bien c'est d'abord un troupeau qui présente des animaux ayant un bon aspect physique et un comportement calme, ou encore, c'est un troupeau bien conduit sur le plan technique (la qualité des pratiques de l'éleveur garantissant alors un état sanitaire correct), ou enfin c'est un troupeau qui a de bons résultats technico-

économiques et tourne « tout seul ». Les argumentaires à mobiliser pour inciter à l'adoption de pratiques préventives nécessiteront donc de mettre l'accent sur différents leviers selon l'éleveur concerné.

1.3. LES GROUPES SOCIAUX

Le réseau professionnel et social joue un rôle déterminant sur les pratiques et les changements des éleveurs. Ce terme recouvre plusieurs types d'acteurs : la famille et les amis, les voisins, les pairs (autres éleveurs), les conseillers, les vendeurs, etc. L'influence de chacun dépend de sa crédibilité aux yeux de l'éleveur, de la confiance qui lui est accordée. Le groupe des pairs, c'est-à-dire les autres éleveurs que côtoie un éleveur donné, revêt une importance particulière dans la mesure où il constitue le lieu d'élaboration privilégié des normes professionnelles.

Ainsi, nous avons constaté à de nombreuses occasions que les informations recueillies auprès d'autres éleveurs retiennent particulièrement l'attention car elles sont généralement perçues comme « venant du terrain », donc éprouvées concrètement et valides. Les intervenants techniques quant à eux se voient attribuer des statuts variables allant de celui d'expert reconnu à celui de « commerçant » plus attaché à vendre ses services ou produits (médicaments, approvisionnement) qu'à proposer des solutions opérationnelles.

La relation que l'éleveur entretient vis-à-vis du conseil [Frappat *et al.*, 2005] s'avère également déterminante pour établir le poids respectif des différents groupes sociaux dans la dynamique du changement. Le tableau 1, construit à partir d'une soixantaine d'enquêtes individuelles, illustre la diversité des éleveurs de bovins en fonction de leur attitude face au changement et au conseil.

Tableau 1

L'influence des conseillers dépend du profil de l'éleveur
(d'après les études conduites en 2004 par Catherine Souquet et Clémentine Lacour sur le conseil en élevages allaitants et laitiers)

Profils d'éleveurs	Poids du conseil dans les décisions	Diversité des prescripteurs	Pratique du changement
Réticents	Très faible	Très faible	Très faible
Autonomes	Faible	Très faible	Modérée
Utilisateurs en phase croisière	Moyen	Moyenne	Faible
Volontaires accompagnés	Fort	Forte	Forte
Innovateurs	Variable (lait > viande)	Très forte	Très forte
Utilisateurs hors atelier bovin	Faible pour l'atelier bovin	Faible pour l'atelier bovin	Faible pour l'atelier bovin

1.4. LES ASPECTS MATERIELS

Les pratiques présentent des aspects ergonomiques ou organisationnels mais aussi économiques qui jouent sur leur acceptabilité par les éleveurs. Ainsi, dans l'exemple de la traite, les gestes s'acquièrent souvent dans la famille, auprès des parents, puis évoluent progressivement, par expérience personnelle et par le dialogue avec des techniciens et entre éleveurs. Le fait d'avoir des gestes quotidiens à modifier et une autre organisation à mettre en œuvre constitue souvent un frein important à l'adoption de nouvelles pratiques d'hygiène.

Les impacts en termes de temps de travail entrent également dans cette catégorie et méritent une attention toute particulière compte-tenu de l'agrandissement de la taille des exploitations qui prend place dans un contexte de réduction de la main-d'œuvre familiale et d'aspirations croissantes en matière de qualité de vie.

Bien entendu, ces différents facteurs interagissent en permanence et c'est leur combinaison qui peut expliquer l'acquisition ou le refus d'une technique nouvelle par un éleveur.

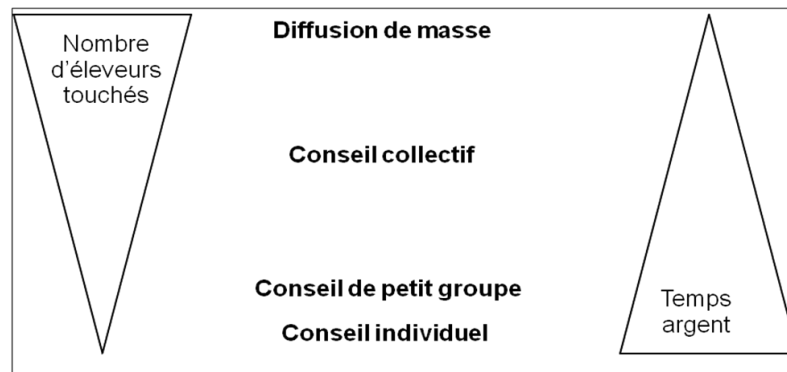
2. DES ACTIONS DE CONSEIL COLLECTIF, ENTRE LA DIFFUSION DE MASSE ET LE CONSEIL INDIVIDUEL

Les actions de conseil collectif ont été mises en place pour accroître la productivité du conseil en s'adressant à des publics d'éleveurs

nombreux et diversifiés, tout en se rapprochant de l'efficacité du conseil individuel.

On le situe à mi-chemin entre les deux extrêmes que sont le conseil individuel et la diffusion de masse, tel que l'illustre la figure 2.

Figure 2
Une large gamme d'outils de conseil existe



Le conseil individuel met en relation directe un agriculteur et un conseiller. Il permet un dialogue et la prise en compte par le conseiller de la situation personnelle de l'agriculteur, de ses objectifs et aspirations, pour adapter le conseil (dans le fond comme dans la forme) vers un changement éventuel. Il est cependant coûteux et ne peut concerner qu'un nombre limité d'agriculteurs, prêts par exemple à payer le conseil. Le conseil de petit groupe peut être considéré comme proche du conseil individuel, mais il permet des économies d'échelle tout en préservant le dialogue du fait d'un nombre limité de personnes en présence.

A l'opposé du conseil individuel, la diffusion de masse permet de toucher un nombre important d'agriculteurs par des moyens de communication tels que la presse générale ou professionnelle, des mailings, etc. La communication n'est alors pas personnalisée, et ne peut donc qu'apporter de l'information, sensibiliser sans prétendre atteindre les effets du conseil individuel en termes d'accompagnement du changement.

Le conseil collectif se situe entre les deux, il vise à améliorer la productivité du conseil en s'adressant à un public relativement large mais ciblé, au sein duquel on s'adresse à des publics diversifiés dont on prend en compte les spécificités pour adapter le message et se rapprocher de l'efficacité du conseil individuel.

Les actions de conseil collectif s'appuient sur :

- Un ciblage du public, les cibles ou types d'éleveurs étant définis comme proches dans leur façon d'appréhender le changement ;
- Un message simple autour de quelques pratiques recommandées qui permettront une amélioration de la situation de la plupart des éleveurs ;
- Un plan d'action structuré sur plusieurs années, qui combine différents supports de conseil ;
- Un partenariat construit, avec plusieurs niveaux d'implication.

Ces actions comportent trois étapes :

- Une étude préalable pour établir un état des lieux de la situation, identifier les leviers du changement, cerner les perceptions des éleveurs et aussi des acteurs concernés par le projet, définir les choix pour l'action (objectifs, publics cibles, contenu, supports, ...);
- La conduite des actions auprès des éleveurs et d'autres acteurs éventuels, dans le cadre du plan d'action défini et progressif ;

- Le suivi et l'évaluation pour contrôler, mais aussi adapter au fur et à mesure les nouvelles actions, réviser si nécessaire les

objectifs ou les modes d'intervention, et capitaliser les enseignements dans une évaluation finale.

II - MODALITES DE MISE EN ŒUVRE DE L'APPROCHE SOCIOLOGIQUE DANS LES ACTIONS DE CONSEIL COLLECTIF

Dans la conduite d'actions de conseil collectif, la sociologie constitue un apport décisif.

Cet apport est complémentaire à celui d'autres approches :

- La gestion de projet ;
- Le marketing (en particulier marketing des services) pour structurer la stratégie de positionnement de l'action et l'offre de conseil ;
- La communication pour définir le plan d'action et le rôle relatif des différents supports.

Des approches techniques, scientifiques, ou économiques sont utiles en parallèle des approches sociologiques, en particulier pour établir un bilan précis de la situation des éleveurs vis-à-vis d'un sujet technique en termes de résultats ou de pratiques, cerner les enjeux des évolutions de pratiques, préciser en particulier les messages à diffuser, *etc.*

1. S'APPUYER SUR LES FONDEMENTS SOCIOLOGIQUES DU COMPORTEMENT ET DU CHANGEMENT

On peut identifier trois principaux apports de la sociologie dans ces actions de conseil : le concept de représentations, le rôle du réseau professionnel et social dans le changement, et l'approche typologique :

- Les représentations sociales ont déjà été évoquées comme étant à la fois un facteur explicatif du comportement et un levier du changement, susceptibles d'inciter au changement ou de le freiner. Elles constituent un élément de compréhension des logiques des éleveurs essentiel à prendre en compte dans le conseil car elles permettent d'accéder aux fondements des comportements, et de dépasser le constat que « les éleveurs ne font pas ce qu'ils devraient faire », sous-entendu en toute rationalité technique et/ou économique.

- Le réseau professionnel et social est également un facteur déterminant des comportements et des changements.
- L'approche typologique et plus spécialement les typologies d'attitudes sont un outil spécifique de la sociologie, explicitant la diversité des représentations à travers une description de types, de logiques de pensée et d'action. Elle est d'autant plus utile dans le cadre de la préparation d'actions de conseil collectif qu'elle permet de préparer la réflexion des porteurs du projet sur le public de l'action et sur la nécessité éventuelle de raisonner selon des cibles différenciées.

De façon concrète dans les actions de conseil collectif, la prise en compte de ces trois notions sociologiques se traduit par :

- La réalisation d'enquêtes qualitatives pour étudier les facteurs explicatifs du comportement et du changement, identifier les représentations et préciser le rôle des réseaux professionnels et sociaux. Elles sont mises en œuvre dans les étapes d'étude préalable et d'évaluation des actions de conseil collectif, par entretiens semi-directifs auprès d'éleveurs ou d'acteurs de terrain.
- Une attention particulière portée au partenariat dans l'action, qu'il s'agisse des partenaires porteurs du projet, qui élaborent l'action ensemble, définissent ses objectifs, ses messages, ou qu'il s'agisse des relais de terrain, impliqués dans la diffusion des messages auprès des éleveurs, dans la mise en œuvre des supports.
- Le recours à des réunions participatives d'éleveurs, support clé de l'action, lieu d'interactions et de confrontations entre éleveurs d'une part, et entre éleveurs et conseillers d'autre part, utiles en vue du changement. Elles s'appuient éventuellement sur un ciblage des éleveurs, rassemblant des petits groupes d'éleveurs d'un même « type ».

2. DES ENQUÊTES QUALITATIVES POUR ACCÉDER AUX REPRÉSENTATIONS

Les enquêtes qualitatives visent à comprendre et identifier la diversité au sein d'une population, et se définissent par leurs différences avec les enquêtes quantitatives qui visent, elles, à mesurer, à chiffrer cette diversité. Toutes deux peuvent porter sur une même réalité, un même objet que sont des pratiques, des points de vue. Mais des enquêtes quantitatives renseigneront plutôt sur le constat de ce que les acteurs font et pensent au moment de l'enquête, alors que des enquêtes qualitatives aideront à comprendre pourquoi ils font et pensent ainsi, quelles sont leurs représentations. Ces objectifs différents, comprendre ou mesurer, nécessitent de mobiliser des méthodes et des outils différents et amènent à produire des données différentes. Ainsi, les enquêtes qualitatives nécessitent de rédiger un guide d'entretien avec des questions ouvertes pour recueillir lors d'un entretien non directif ou semi-directif des discours qu'on ne connaît pas a priori. L'échantillon est choisi de façon à être significatif de la diversité. On réalise relativement peu d'enquêtes, à la fois parce que cela suffit du fait de la richesse des entretiens approfondis, et parce que le recueil et l'analyse prennent beaucoup de temps. Le dépouillement et l'analyse des discours révèlent des logiques d'action et mettent à jour la nature et la diversité des représentations.

2.1. DES ENTRETIENS DE TYPE SEMI-DIRECTIF POUR FAVORISER L'EXPRESSION DES REPRÉSENTATIONS

L'entretien semi-directif combine une certaine directivité sur les thèmes que l'on souhaite aborder, et une non-directivité dans l'ordre et la façon de les aborder, d'où son nom. Cette méthode est adaptée quand on connaît suffisamment un thème pour identifier les sujets à aborder et établir un guide d'entretien. En laissant beaucoup de liberté aux enquêtés, en les encourageant à poursuivre, on se met en situation de recueillir un discours « en profondeur », et de faire des découvertes.

L'enquêteur adopte une attitude dite d'« écoute active », et non passive, qui incite à poursuivre, à préciser, à approfondir. Des techniques d'intervention de relance, reformulation, parallèle, *etc.* aident l'enquêteur pendant l'entretien, pour relancer la discussion, permettre aux enquêtés d'approfondir leurs idées et d'aborder l'ensemble des thèmes à explorer tout en

préservant la non-directivité. Les entretiens sont le plus souvent enregistrés pour être ensuite transcrits intégralement.

Ces entretiens peuvent être soit individuels soit collectifs. Dans ce cas, la confrontation entre une dizaine de participants qui ont en commun une identité et une expérience permet d'identifier des représentations partagées et des désaccords éventuels au sein du groupe.

Les entretiens peuvent concerner des éleveurs, mais aussi des partenaires potentiels pour l'action. Les enquêter permet à la fois de prendre en compte et de valoriser leur expérience de terrain auprès des éleveurs, de recueillir leurs propres représentations sur les mêmes sujets que les éleveurs, ainsi que leurs pratiques d'intervention en élevage, leurs freins et motivations vis-à-vis du changement éventuel de ces pratiques, et de recueillir leurs attentes en termes d'implication dans l'action future ou leurs appréciations dans le cadre de l'évaluation d'un projet déjà engagé.

2.2. UN GUIDE D'ENTRETIEN EN ENTONNOIR POUR RECUEILLIR PRATIQUES ET REPRÉSENTATIONS

On s'intéresse dans les entretiens semi-directifs aux faits et aux représentations, attitudes, motivations et freins, images vis-à-vis de pratiques professionnelles d'élevage, de conseil, *etc.* Il s'agit, d'une part, des pratiques déjà mises en œuvre par l'éleveur et, d'autre part, de pratiques susceptibles de l'être, que l'on propose à l'éleveur pour tester ses motivations et ses freins vis-à-vis de leur adoption.

De façon plus large, on s'intéresse aussi au contexte dans lequel existent ces attitudes, et donc aux préoccupations générales des personnes enquêtées, à leurs projets et parfois à leur histoire.

Enfin, dans le cadre d'actions collectives, il faut explorer le domaine des moyens d'information, afin de cerner les sources d'information habituelles et de repérer, par exemple, les intervenants et supports sur lesquels on pourra s'appuyer, et, si on est en phase d'évaluation, l'impact des actions engagées.

Ainsi, dans le cas d'entretiens auprès d'éleveurs, le guide d'entretien comporte souvent trois grandes parties : une première partie de présentation générale de l'éleveur et de l'exploitation, sa trajectoire, ses préoccupations et projets ; une deuxième partie sur sa perception du thème principal,

son intérêt pour l'éleveur, les objectifs et pratiques qui s'y rapportent ; et une troisième sur les moyens et réseaux d'information et de conseil. Le cheminement suivi peut être comparé à un entonnoir, large à son ouverture et étroit à son issue, et le guide d'entretien doit effectivement organiser les thèmes à aborder en suivant ce principe. Il constitue une trame indicative pour l'entretien qui doit cependant garder la tonalité d'une discussion ouverte d'où l'importance de veiller à une formulation neutre des questions et amorces à proposer à la personne interviewée.

2.3. UN ECHANTILLON LIMITE EN NOMBRE ET RAISONNE EN FONCTION DE LA DIVERSITE

Le but d'une enquête qualitative est d'identifier les différentes attitudes existant au sein de la population et de les comprendre.

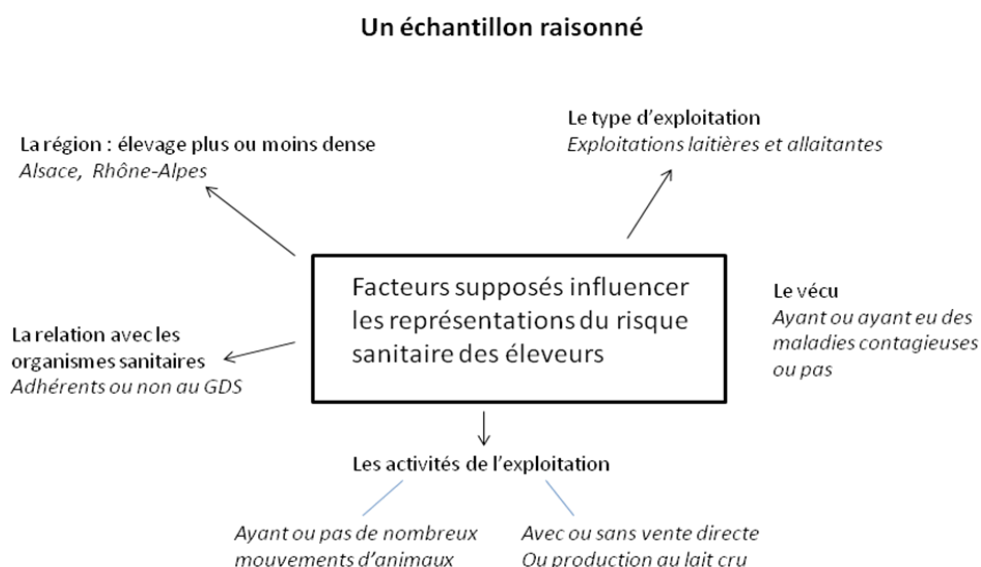
Pour raisonner l'échantillon des entretiens individuels, on fait l'hypothèse qu'une bonne diversité dans les situations enquêtées nous permettra d'approcher la diversité des attitudes

et points de vue existants. Il faut donc commencer par sélectionner des critères indicateurs de la diversité des situations, critères qui doivent, de plus, être relativement repérables et si possible renseignés dans des fichiers. On construit, ensuite, un échantillon en sélectionnant des individus provenant des différentes catégories obtenues en faisant varier ces critères. Il n'est pas nécessaire d'interroger un nombre important d'individus pour saisir la diversité des points de vue. On considère dans ce type d'enquête qu'un effectif de 20 à 25 enquêtés est satisfaisant. Au-delà, on obtient peu d'informations nouvelles avec le même guide d'entretien, et cela quel que soit l'effectif de la population totale.

La figure 3 permet d'illustrer ce propos à partir des critères utilisés pour construire l'échantillon des éleveurs à enquêter pour les entretiens réalisés sur les représentations du risque sanitaire dans le cadre du projet ACDUQ [Mioche, 2007].

Figure 3

Les critères de construction de l'échantillon pour les enquêtes éleveurs ACDUQ



Les entretiens collectifs procèdent d'une logique similaire. Toutefois, ils doivent réunir des personnes qui se sentiront suffisamment proches les unes des autres par leur activité, leur univers social, leurs expériences pour s'exprimer facilement et partager ou débattre de leurs points de vue sans tabou. On peut

également s'appuyer sur des types ou catégories identifiés à dire d'expert. Dans tous les cas, il est souhaitable de pouvoir introduire une part de tirage au sort au sein des catégories pour la sélection finale des individus à enquêter.

2.4. UNE ANALYSE DU DISCOURS

Nous réalisons le dépouillement des entretiens semi-directifs au moyen d'une analyse de contenu thématique, qui tente de mettre en évidence les représentations sociales à partir des éléments constitutifs du discours recueilli pendant l'enquête. Concrètement, après avoir transcrit intégralement le texte de l'entretien, on répartit le contenu des propos recueillis dans des grilles de dépouillement qui sont les supports de l'analyse et l'interprétation. On recoupe ensuite transversalement ce qui, d'un entretien à l'autre, se réfère aux mêmes thèmes et sous-thèmes, en cherchant une cohérence thématique entre les différents entretiens.

2.5. LA TYPOLOGIE D'ATTITUDES, UNE VALORISATION CLASSIQUE ET TRES UTILE

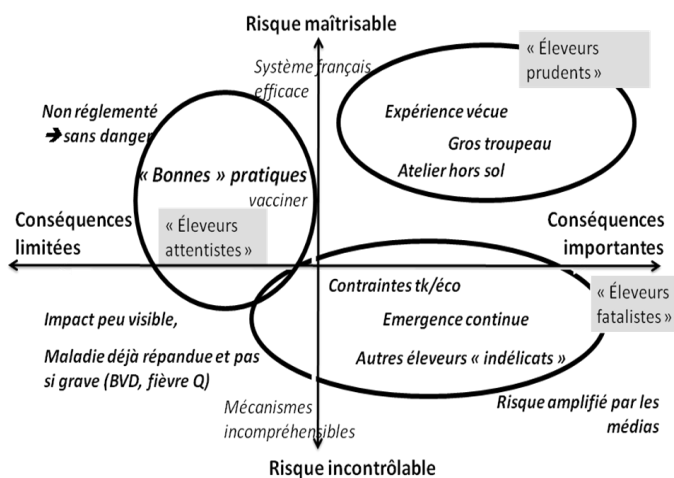
L'élaboration d'une typologie des attitudes des éleveurs (ou des acteurs du projet) vis-à-vis d'un thème ou d'une action constitue l'une des valorisations classiques des études qualitatives. Elle permet de rendre compte, de façon simplifiée, de la diversité des façons de penser qu'on a rencontrées, le but ultime étant de s'appuyer sur les différentes catégories

identifiées pour décliner l'action (en adaptant les messages, les arguments, les moyens d'approche ...).

A titre d'exemple, la figure 4 montre une typologie d'attitudes des éleveurs de bovins vis-à-vis du risque sanitaire établie à partir des travaux d'enquêtes en élevage sur les représentations des risques sanitaires conduits dans le cadre du projet ACDUQ [Mioche, 2007] portant sur la problématique de la construction et la mise en place de systèmes de qualification sanitaire, notamment pour la maîtrise de la BVD. L'étude des représentations du risque sanitaire a donné lieu à près de 50 interviews semi-directifs d'éleveurs répartis dans des régions d'élevage contrastées du point de vue de la densité et du dynamisme des structures sanitaires (dans les régions Alsace, Centre, Pays de Loire et Rhône Alpes). Le type de production (lait/viande, lait cru, bio, vente directe ou circuit de commercialisation conventionnel), l'histoire sanitaire récente (connue à dire d'expert), l'adhésion au GDS constituaient également des facteurs supposés de diversité pris en compte dans la constitution de l'échantillon.

Figure 4

Exemple de typologie d'attitudes d'éleveurs basée sur les représentations vis-à-vis du risque sanitaire



Les éleveurs prudents connaissent les risques de maladies contagieuses et les ont souvent expérimentés. Ils détiennent les plus gros troupeaux de l'échantillon et ont plus souvent un atelier hors-sol. Ils sont les seuls à utiliser des doubles barrières et des pédiluves.

Les éleveurs fatalistes ne croient pas à la possibilité de gérer les risques de maladies contagieuses ou considèrent ne pas pouvoir le faire du fait de contraintes technico-économiques. Ils en redoutent malgré tout les impacts.

Les éleveurs attentistes considèrent qu'ils n'ont pas à s'alarmer trop fortement. Ils mettent en avant différents types d'arguments :

- Un système sanitaire français très efficace ou au contraire une aversion pour les actions impulsées par les GDS,
- Des maladies aux conséquences peu visibles,
- Des pratiques personnelles considérées (à tort ou à raison selon l'élevage) comme suffisamment protectrices. Leurs connaissances des risques sanitaires sont très variables.

3. STRUCTURER LE PARTENARIAT

S'associer entre acteurs pour porter un projet apparaît de plus en plus comme un leitmotiv motivé par l'économie des ressources, le besoin de cohérence entre les intervenants en élevage exprimé par les éleveurs, l'intérêt de partager des avis et connaissances diversifiés qui permettent un enrichissement des compétences de chacun. En matière d'action de conseil, c'est d'autant plus une nécessité qu'il faut densifier les échanges avec les éleveurs en mobilisant l'ensemble de leur réseau social et en multipliant les occasions d'interactions. Mais, la réussite d'un partenariat ne se décrète pas ! Structurer et faire vivre le partenariat représente un axe de travail à part entière qui doit mobiliser tout au long du projet.

3.1. UNE IMPLICATION DES PARTENAIRES DES LE DEBUT DU PROJET

Bien préparer un partenariat, c'est d'abord analyser l'implication des acteurs potentiels.

Ce travail peut être conduit à dire d'experts, mais une étude des motivations des partenaires (pris à ce stade au sens large d'interlocuteurs possibles des éleveurs sur le thème étudié) peut être utile pour remédier à des connaissances lacunaires ou pour établir de manière précoce des contacts informels qui aideront à mieux bâtir le projet et mobiliser ses relais potentiels. La méthodologie est alors proche de celle décrite précédemment pour les enquêtes qualitatives auprès des éleveurs. L'analyse présente toutefois quelques différences importantes :

- Dans la mesure du possible, il faudra différencier les avis personnels des positionnements institutionnels des personnes interrogées ;
- Le fond du discours prime sur la forme (spontanéité des réponses, modes d'expression et tonalité des propos) alors que celle-ci compte pour beaucoup dans l'analyse des entretiens auprès des éleveurs ;
- L'importance des avis exprimés est à relativiser suivant le type de partenaire et son influence vis-à-vis du projet.

La santé des animaux étant un thème très transversal avec de nombreux impacts possibles à tous les stades de la filière, il paraît crucial qu'une action la concernant puisse impliquer une large palette d'acteurs au premier rang desquels on trouvera les vétérinaires, les GDS, les GTV mais aussi les

inséminateurs, les agents du contrôle de performances, les laiteries et groupements de producteurs...

A titre d'exemple, les enquêtes partenaires conduites dans le cadre du projet de recherche ACDUQ ont fait apparaître une grande diversité des attentes en matière de système de qualification sanitaire pour gérer des maladies telles que la BVD ou la fièvre Q. Contre toute attente, les résultats ont montré que les transformateurs ne sont pas toujours demandeurs d'un système sophistiqué de qualification des élevages bovins qui impliquerait la gestion de circuits de produits distincts selon le niveau de qualification des « élevages sources ». De leur point de vue, cela engendrerait des contraintes et coûts supplémentaires peu susceptibles d'être répercutés ou justifiés au niveau des consommateurs. Leur implication dans la promotion d'une nouvelle qualification des élevages ne serait donc pas acquise.

3.2. CO-CONSTRUIRE EN CLARIFIANT LES RESPONSABILITES ET LES TACHES DE CHACUN

Trois aspects conditionnent le fonctionnement harmonieux du partenariat. Il s'agit de la transparence des mécanismes de prise de décision, de l'organisation du mode d'écoute de chaque partenaire et de la clarification des responsabilités et des délégations. Les enquêtes qualitatives sont des outils privilégiés pour organiser des temps d'écoute à des moments clés du projet et notamment dans sa phase de préparation, lors de bilans intermédiaires ou pour une évaluation finale du projet.

Pour une pleine réussite du projet, les relais de terrain actifs, qui porteront l'action auprès des éleveurs, doivent être parties prenantes de sa construction :

- Pour mettre en commun leur expertise technique et notamment formuler des hypothèses et des questions à tester dans le cadre d'enquêtes préalables, puis pour valider les résultats ;
- Pour construire et relayer un discours cohérent et des argumentaires ciblés auprès des éleveurs ;
- Pour se répartir les tâches et les rôles, chacun agissant dans son registre de légitimité, en cohérence avec les autres partenaires.

Les prescripteurs externes, intéressés au projet sans en être les porteurs directs, seront régulièrement informés de façon à pouvoir mobiliser leur capacité de relais auprès des éleveurs.

Tous seront utilement interviewés lors des phases de bilan de façon à repérer les points de satisfaction et d'insatisfaction, les évolutions en matière de représentations, freins et motivations.

4. DES REUNIONS PARTICIPATIVES D'ELEVEURS

Par leur construction qui accorde une place importante à l'écoute et au dialogue, les réunions participatives permettent d'agir directement sur les principaux facteurs qui conditionnent le changement technique :

- En favorisant l'expression des personnes sur leurs représentations (les images, les freins et motivations, *etc.*) ;
- En réactualisant les connaissances ;
- En s'appuyant sur l'influence des groupes sociaux au moyen de témoignages d'autres

éleveurs, et d'animateurs de la réunion légitimes et crédibles (conseiller, expert, *etc.*) ;

- En mettant en situation les aspects matériels du changement (gestes, matériel, ...), par des démonstrations en ferme, vidéos, témoignages.

Comme l'illustre le tableau 2, une réunion participative s'appuie sur un déroulé précis, minuté, qui alterne trois types de séquences :

- des temps d'expression pour faire exprimer les attentes, repérer les objections, capter les perceptions et repérer les appuis possibles au sein des participants ;
- des exposés brefs, basés sur des supports visuels attractifs et pédagogiques pour réactualiser les connaissances ;,
- des phases de débat pour faire réagir les participants sur la mise en œuvre concrète des changements proposés, permettre les échanges sur leurs avantages et inconvénients, faire témoigner ceux qui les mettent en œuvre.

Tableau 2

Exemple de déroulé de réunion participative dans le cadre des actions TOP LAIT sur les mammites

Etape	Contenu	Durée	Moyens	Où
1. Accueil	Objectifs Tour de table	10 mn	Tableau de papier Transparents	En salle
2. La qualité	Expression : - Un lait de qualité - Les cellules Recadrage	15 mn 20 mn	Tableau de papier Transparents	En salle
3. Les cellules	Expression : - L'origine - Les mammites Exposé et discussion	15 mn 1h30	Tableau de papier Tableau de papier Transparents	En salle
Déjeuner				
4. Comment lutter	Expression : Expliquer : - Les bonnes pratiques - Les idées fausses Témoignage de l'éleveur	10 mn 10 mn 15 mn	Tableau de papier Tableau de papier Préparé Tableau de papier Transparents	En salle
5. Visite de l'exploitation Le contrôle de la machine à traire, Le trempage des trayons La traite	Témoignage Discussion	1h30	Tableau de papier Préparé	En ferme
6. Synthèse	Expression : - Idées clés - Actions à mettre en œuvre Synthèse	20 mn	Tableau de papier	

Pour faciliter le dialogue entre participants et avec les animateurs, l'effectif réuni est restreint, de l'ordre d'une douzaine de personnes qui présentent des profils proches au regard du sujet abordé.

La conduite de ce type de réunion est assez lourde et nécessite l'intervention d'un binôme de façon à pouvoir suivre et animer les débats tout en notant au tableau de papier les

éléments importants exprimés par les éleveurs.

Les réunions participatives sont, tout à la fois, efficaces pour faire évoluer les pratiques, et appréciées par les participants qui y voient une source d'information crédibles et une forme de reconnaissance sociale de leurs propres savoirs.

III - VALORISER L'APPROCHE SOCIOLOGIQUE DANS L'ACTION

1. CONSTRUIRE L'ACTION EN REPONDANT A SIX QUESTIONS

Nous proposons aux commanditaires d'une action collective de conduire puis formaliser leur réflexion et leurs choix pour l'action selon une grille comportant six questions. Une fois renseignée, elle constitue le cahier des charges pour l'élaboration du plan d'action. Elle servira plus tard, au moment de l'évaluation, comme cadre de référence pour apprécier les écarts entre les intentions et les réalisations ainsi que les effets de l'action.

Les réponses à ces six questions s'appuient, d'une part, sur l'expertise des acteurs, leurs connaissances et expérience du terrain et, d'autre part, sur des investigations complémentaires, qui se sont révélées nécessaires. Il peut s'agir d'enquêtes qualitatives telles que nous les avons décrites (auprès des éleveurs ou de leurs partenaires), mais aussi de diagnostics techniques, ou technico-économiques, etc. Tous ces éléments une fois analysés puis synthétisés permettent de répondre aux six questions.

Nous présentons ci-dessous ces six questions et donnons pour chacune d'elles un exemple de contribution apportée par des enquêtes qualitatives de type sociologique pour y répondre et éclairer les choix pour l'action.

Trois questions de base permettent de définir le contenu du projet et sa stratégie de positionnement. Elles sont interdépendantes et portent sur le(s) public(s) de l'action, l'objectif, le contenu technique et le message.

Trois autres permettent de définir une stratégie d'action et de communication, portant sur l'argumentation, les supports et les relais de l'action.

1.1. QUEL PUBLIC POUR L'ACTION ?

La question de la diversité du public est soulevée ici. La diversité identifiée dans les enquêtes qualitatives en termes de représentations différentes du sujet ou des axes de conseil envisagés doit-elle amener à privilégier certains publics, ou à prévoir des actions différenciées en fonction de cibles d'éleveurs ?

Il est important d'avoir à l'esprit que dans une action de conseil, si aucun ciblage n'est organisé volontairement, il se fait spontanément par défaut. S'adresser à tous revient dans les faits à toucher le public des éleveurs les plus proches du développement ou les plus actifs en matière de recherche et d'utilisation autonomes de l'information.

A titre d'exemple, l'action TOP LAIT conduite en Haute Normandie dans les années 90 avec l'appui de l'Institut de l'élevage a permis d'identifier deux types de publics d'éleveurs qui nécessitaient deux approches distinctes :

- Le public A (40% des exploitations à l'époque) qui regroupait des éleveurs disposant de structures d'exploitation modestes, souvent en dehors des réseaux de conseil individuel. Ces éleveurs différenciaient très mal les leucocytes des germes totaux. Ils n'étaient pas préoccupés par ce problème qu'ils n'identifiaient pas, et appliquaient très peu les pratiques d'hygiène recommandées. Ils n'étaient pas prêts à se déplacer en réunion, mais acceptaient de s'informer (de façon très simple) par écrit ;
- Le public B (60% des éleveurs), composé d'éleveurs avec des exploitations de dimensions plus importantes. Les éleveurs, s'ils comprenaient mal l'origine biologique des cellules, identifiaient le problème et

souhaitaient le résoudre. D'importantes marges de progrès subsistaient dans leurs pratiques. Ils étaient saturés d'informations écrites, mais prêts à se déplacer occasionnellement en réunion.

Des réunions participatives (cf. tableau 2) ont été proposées aux éleveurs du public B dès 1990. Elles ont été étendues à l'ensemble des éleveurs à partir de 1992. En parallèle, une campagne de presse a été organisée et des dossiers de sensibilisation, bulletins spécifiques et fiches techniques ont été diffusés. Fin 1992, 40% des éleveurs du public B sont venus en réunion (contre 10% pour les éleveurs hors structures de développement). Soixante quinze pour cent des éleveurs venus en réunion livraient un lait à moins de 300 000 cellules (contre 62% pour ceux n'y ayant pas assisté).

1.2. QUEL OBJECTIF/THEME POUR L'ACTION ?

La mise en place d'une action de conseil collectif est généralement justifiée par un enjeu

identifié par ses maîtres d'œuvre, avec des objectifs proposés en termes d'amélioration des pratiques, des résultats ou d'image. Il s'agit, à partir des résultats des enquêtes qualitatives, de modifier la perspective en se questionnant sur la vision des éleveurs, sur leur propre perception de la situation. Cela amène soit à valider les choix initiaux, s'il s'avère que le thème envisagé correspond à une réelle préoccupation des éleveurs auxquels on a décidé de s'adresser, soit à les infirmer et à retenir des objectifs ou des moyens plus adaptés à leurs attentes.

Ce type de questionnement sur les objectifs et enjeux est bien entendu également valide pour les acteurs qui vont porter l'action.

A titre d'exemple, la mise en place par les centres d'insémination animale de l'audit de reproduction *ReproAction* s'est inscrite dans deux options stratégiques, chacune impliquant des moyens et un ciblage spécifique des éleveurs comme l'indique le tableau 3. Chaque centre était susceptible de choisir l'une ou l'autre.

Tableau 3

Deux déclinaisons possibles pour une même action de conseil, exemple de *Repro Action*

	Stratégie 1 : un audit pour traiter des difficultés durables sur la reproduction	Stratégie 2 : un audit pour faire progresser et pour (ré)affirmer la place de partenaire de l'éleveur pour le centre d'insémination
Cibles éleveurs	Eleveurs clients habituels de l'insémination, avec problèmes de reproduction avérés	Tous les éleveurs sont sollicités, y compris en prospection de nouveaux clients
Rôle des inséminateurs	Sensibilisent les éleveurs en difficulté à l'existence de l'audit et participent éventuellement au repérage des éleveurs en alerte	Promeuvent le service chez tous les éleveurs
Partenariat	Un partenariat avec le contrôle de performances est utile (visite en binôme ou répartition des audits à faire).	Les audits sont réalisés de façon autonome par des agents du centre d'insémination spécialisés sur le conseil reproduction.
Conséquence organisationnelles	Si l'intervention est en binôme, les besoins en formation sont moindres pour le centre d'insémination. Tous les inséminateurs peuvent être engagés dans l'action pour une petite part de leur activité.	L'organisation du travail est entièrement à revoir au sein des équipes des inséminateurs dont certains devront être affectés à <i>ReproAction</i> pour une part significative de leur activité.

1.3. QUEL CONTENU TECHNIQUE ? AVEC QUELLE ARGUMENTATION ?

Le message proposé aux éleveurs dans les actions de conseil collectif est caractérisé par son contenu, c'est-à-dire la nature des pratiques recommandées, et sa forme, comment elles sont justifiées, sur la base de

quelle argumentation. Les enquêtes qualitatives apportent des éléments de réponse sur ces deux aspects, sur la pertinence des pratiques recommandées et la façon d'argumenter en vue de leur adoption, au regard des représentations des éleveurs.

Ainsi, dans les actions Top-Lait, les éleveurs en étable entravée avaient exprimé dans les enquêtes préalables de fortes réticences à mettre en œuvre le trempage des trayons avant la traite pour deux raisons principales. D'une part, ils n'en comprenaient pas les effets et, d'autre part, cela ne leur paraissait pas possible pour des raisons d'organisation matérielle. L'argumentaire a donc combiné l'explication des phénomènes biologiques à l'origine de la présence de leucocytes dans le lait et l'organisation matérielle, avec en particulier dans l'action menée en Lozère, la présentation d'un chariot de traite bricolé par un éleveur pour avoir facilement sous la main le gobelet de trempage, des lavettes individuelles, etc. sur un support que l'on pouvait déplacer au fur et à mesure dans le couloir.

1.4. QUELS SUPPORTS DE CONSEIL ET COMMUNICATION ?

Initier le changement et le rendre durable nécessite de faire cheminer les éleveurs dans un processus de conviction qui s'appuie sur plusieurs étapes successives. Il s'agira dans un premier temps d'attirer l'attention sur les problèmes techniques visés en mettant particulièrement en valeur les enjeux et en donnant une identité visuelle forte à l'action (création d'un logo décliné sur des articles, affiches, bulletin technique ...). L'intérêt sera suscité par des communications nombreuses, variées (de l'écrit et des démonstrations), coordonnées entre les différents protagonistes et orchestrées dans la durée. Dans de nombreux cas, la décision de changement n'interviendra que si l'éleveur a pu discuter de sa situation et des pratiques proposées avec un conseiller et/ou d'autres éleveurs les ayant déjà adoptées dans le cadre de réunions participatives ou d'un accompagnement individuel.

Le plan de communication articule dans la durée des supports complémentaires, en veillant à la fois à une progressivité (de la sensibilisation jusqu'à l'accompagnement du changement) et à une répétition des messages.

A titre d'exemple, on peut évoquer la palette d'outils mise à disposition des centres d'insémination par l'UNCEIA [Ponsart *et al.*, 2008] avec l'appui de l'Institut de l'Élevage :

- Les méthodologies de diagnostic individuel *Repro Action laitier* (2005) et *allaitant* (2006) pour identifier les facteurs de risque

et améliorer les résultats de reproduction. Ces deux actions ont été accompagnées dans la durée par l'Institut de l'élevage avec l'élaboration d'un cahier de projet pour aider les responsables de centres d'insémination à formaliser la configuration initiale de leur action, avec la mise en place de formations au conseil pour les inséminateurs puis avec la conduite d'évaluations sur différents sites auprès des éleveurs comme des acteurs (inséminateurs, responsables de centres d'insémination, vétérinaires praticiens ...)

- La réunion participative d'éleveurs « Réussir l'IA ensemble » (2007) sur deux journées incluant des échanges de pratiques, des apports d'informations et des ateliers pratiques (bousologie et alimentation en élevage, anatomie et dissection en abattoir) ;
- Le classeur de fiches techniques sur la reproduction *Reproguide* (2005-2006) à destination des éleveurs, des inséminateurs et de l'enseignement ;
- Les jeux de transparents thématiques *ReproDIA* (2006-2008) pour animer des formations ;
- La gamme de posters thématiques *Reposters* (2008) à destination des éleveurs, des inséminateurs ou des centres de formation.

1.5. QUELS RELAIS POUR L'ACTION ?

Une action de conseil individuelle et d'échelle limitée ou a fortiori collective et à vocation large ne sera réellement efficace que si ses objectifs et ses outils sont connus, partagés et relayés par un maximum d'acteurs qui pourront exprimer des messages coordonnés et répétés vers les éleveurs en mettant en commun leurs moyens d'action (et notamment leur temps de présence auprès des éleveurs). Si nécessaire, une étude qualitative sera conduite auprès des acteurs lors de la phase de construction de l'action pour repérer les organismes concernés par le thème de l'action, caractériser leur positionnement (« ami ou ennemi ? »), définir leur souhait d'implication (nature, importance) et les argumentaires à développer auprès d'eux pour motiver leur participation ... ou obtenir leur neutralité s'ils n'adhèrent pas au projet ! Ce dernier point est particulièrement sensible, les éleveurs déclarant fréquemment que des avis contradictoires les ont confortés

dans leurs réticences vis-à-vis d'un changement de pratique.

Des entretiens exploratoires auprès des éleveurs peuvent également être utiles pour mieux cerner leurs attentes vis-à-vis de leurs différents interlocuteurs et la légitimité qu'ils leur accorderaient sur les différents volets prévus dans l'action. En matière d'action touchant à la santé des animaux, on a pu constater que si le vétérinaire praticien et le GDS sont les premiers interlocuteurs cités par une majorité d'éleveurs, ils peuvent parfois souffrir d'un déficit de crédit avec par exemple une image trop administrative pour le GDS (en lien notamment avec un rôle de maître-d'œuvre de l'identification des animaux) ou dans le cas du vétérinaire une étiquette trop commerciale ou trop distante (« un expert peu accessible au dialogue »).

2. EVALUER L'ACTION

Evaluer une action consiste à la juger, la qualifier dans ses différentes composantes pendant sa réalisation (évaluation intermédiaire) ou une fois atteint son terme. Différentes finalités peuvent être poursuivies comme : comprendre, juger, piloter, motiver selon les destinataires de l'évaluation (décideurs, financeurs, animateur, partenaires) et selon l'aspect de l'action qu'on souhaite plus particulièrement étudier (les effets et/ou les processus qui les ont amenés ?).

L'évaluation intermédiaire est en général tournée vers l'action et vise à dégager des pistes d'amélioration tout en contribuant à renforcer les liens entre partenaires et au sein de l'équipe du projet grâce au dialogue, à l'écoute et aux échanges.

Dans une évaluation finale, les investigations permettront de juger de l'efficacité de l'action en étudiant les effets obtenus au regard des objectifs initiaux et des moyens investis. La satisfaction des différentes parties prenantes et la durabilité des effets observés seront également étudiées.

Les méthodes d'entretien semi-directif (réunions participatives comme entretiens individuels en face à face ou par voie téléphonique) constituent là encore, des outils particulièrement utiles pour recueillir les avis, décrire les effets (observés ou prévisibles à moyen terme) sur les pratiques, les représentations et surtout pour comprendre les freins et motivations qui ont contribué aux réussites et difficultés rencontrées dans l'action.

Ainsi, l'évaluation de *ReproAction* a été conduite selon plusieurs voies complémentaires.

Un bilan des réalisations auprès des centres d'insémination a été établi en 2006, montrant que 12 centres d'insémination avaient proposé ce service avec l'appui d'une centaine d'inséminateurs intervenus dans plus de 250 élevages.

Une série d'enquêtes téléphoniques réalisées auprès de 105 éleveurs bénéficiaires d'audit a montré que 80% d'entre eux étaient satisfaits du service, 61% avaient totalement appliqué les conseils et 70% constataient une amélioration de leurs résultats de reproduction.

Des entretiens collectifs d'inséminateurs ont également été réalisés pour dégager les points forts (amélioration des compétences par la formation, partenariat avec le Contrôle laitier, statut et image renforcés auprès des éleveurs ...) et les points faibles de l'action (manque de temps pour faire des audits, difficulté à exercer une activité de conseil, manque de soutien logistique et notamment déficit d'information auprès des éleveurs ...) au sein de différents centres d'insémination.

3. DES ACQUIS A VALORISER DANS LE CONSEIL INDIVIDUEL

Les apports de la sociologie sont utiles tout autant dans le conseil individuel que dans le conseil collectif.

Il s'agit de créer la confiance, de prendre en compte la personne et d'identifier les logiques de pensée et d'action, ainsi que les attentes.

La connaissance préalable, quand elles existent, de typologies d'éleveurs qui font apparaître des freins et motivations autres que techniques, facilitera la prise en compte de ces éléments dans le conseil individuel.

On peut pour cela s'inspirer de l'entretien semi-directif et en particulier démarrer l'entretien par des questions larges, ouvertes, sur les préoccupations de l'éleveur, ses objectifs et priorités, pour n'aborder que dans un deuxième temps le thème technique ou économique susceptible de faire l'objet d'un conseil ; pratiquer une « écoute active », des relances.

Les réponses apportées pourront ainsi être d'autant plus précises, adaptées, argumentées en fonction de la personne et de sa situation individuelle.

IV - CONCLUSION

1. LES REPRESENTATIONS DE L'ANIMAL ET DE LA SANTE ANIMALE

Les sujets autour de l'animal et de la santé animale en élevage nous paraissent, au vu des résultats d'enquêtes qualitatives, être porteurs de plusieurs spécificités quant aux enjeux pour les éleveurs et à leurs représentations, qui jouent sur leur implication éventuelle dans des actions en santé animale et leurs attitudes vis-à-vis du changement.

Nous les regroupons autour de trois pôles : l'image de soi en tant qu'éleveur, la relation à l'animal, et la maladie.

Les éleveurs centrent tous leur définition de leur métier sur le fait d'élever des animaux, c'est ce qui le caractérise et constitue le cœur du métier. Leur responsabilité d'éleveurs implique de bien s'occuper des animaux, d'en prendre soin. Avoir des animaux malades remet en cause leurs compétences d'éleveurs tant à leurs propres yeux que vis-à-vis de l'extérieur, dans l'image que l'on donne de soi.

Les animaux représentent un capital économique important, d'autant plus quand ce sont des gros animaux tels que des bovins, que la maladie peut menacer. Mais ce sont aussi des êtres vivants avec lesquels les éleveurs sont en contact quotidien, souvent un contact direct, physique. Etre confronté à la maladie des animaux est parfois également mal vécu par les éleveurs parce qu'ils n'aiment pas les voir souffrir, ou quand ils leur sont attachés.

La maladie des animaux renvoie enfin à sa propre relation à la maladie et à la santé et peut donc s'avérer délicate à aborder. Cela renvoie également à la compréhension des causes et des mécanismes de la maladie, qui peuvent être plus ou moins bien assimilés parce qu'ils sont le plus souvent complexes et non visibles ou partiellement visibles. On demande alors aux éleveurs de prendre des mesures parfois contraignantes face à un ennemi immatériel, qui reste abstrait. La prévention en matière de santé est une notion souvent difficile à faire comprendre et appliquer, pour les éleveurs comme d'ailleurs pour chacun d'entre nous dans notre quotidien. Enfin, la nécessaire prise en compte des enjeux collectifs de la santé animale est parfois difficile à expliquer et faire accepter quand ils se heurtent avec les intérêts et stratégies individuels.

Du fait de ces spécificités, les thèmes autour de l'animal et de la santé présentent des enjeux forts pour les éleveurs. Les freins potentiels au changement de pratique sont importants et doivent être pris en compte dans tout accompagnement des éleveurs sur ces aspects.

2. LES APPORTS DE LA SOCIOLOGIE : DES OUTILS ET ... UN ETAT D'ESPRIT

Comme on l'a vu au travers des différents exemples cités, emprunter aux outils et concepts de la sociologie s'avère généralement utile pour améliorer l'efficacité des actions de conseil auprès des éleveurs et mieux anticiper, analyser, comprendre et agir sur les facteurs qui déterminent leurs prises de décision comme celles de leurs partenaires. Les sciences sociales (sociologie, histoire, psychologie, économie ...) apportent en effet de puissants outils pour décrire et comprendre la réalité dans toute sa complexité et notamment les logiques des individus ou des collectifs. Elles peuvent également contribuer, de façon plus opérationnelle, au pilotage de projet en aidant à proposer et construire des futurs possibles et du « vivre ensemble ». Elles permettent de replacer l'humain au centre des préoccupations, à sa juste place comme facteur clé de la conduite du changement technique.

On peut utilement faire appel aux outils et concepts de la sociologie à tous les stades d'une action de conseil :

- En étude préalable pour cerner les enjeux, évaluer les connaissances, explorer les représentations des éleveurs et de leurs prescripteurs afin de construire une action d'autant plus efficace que son montage aura fait participer toutes les parties prenantes et aura permis une analyse des risques d'échec et des conditions de réussite propres aux différents acteurs ;
- En phase de suivi / réalisation : pour piloter l'action (en s'appuyant sur le ressenti des acteurs à différents moments clés), pour faire émerger les consensus ou les oppositions et co-construire un projet où les engagements de chacun sont clairs, ou enfin pour diffuser, à moindre coût et avec de réels impacts des conseils ciblés notamment *via* des réunions participatives ;

- En phase d'évaluation pour mesurer les effets (perceptions d'une pratique, évolution des attitudes, connaissances, mémorisation et image d'une campagne d'information ...) et pour comprendre les processus afin d'établir un bilan éclairé et de capitaliser pour de prochaines actions.

Les moyens mis en œuvre font appel aux méthodes d'entretien compréhensif individuel ou collectif et nécessitent des techniques spécifiques d'interviews (guides d'entretien, échantillons raisonnés sur la diversité, conduite d'un entretien semi-directif), d'animation de réunions participatives (construction de déroulé laissant une large part aux débats et aux témoignages) et d'analyse des propos et valorisation des résultats (typologie d'attitudes).

Si ces fondamentaux paraissent simples en première approche, leur maîtrise ne l'est pas. Elle nécessite notamment une attitude de bienveillante neutralité, d'empathie et une posture d'accueil et de dialogue pour autoriser l'expression de points de vue qui peuvent sortir des normes habituelles et notamment des rationalités technico-économiques ou scientifiques largement dominantes dans le secteur de l'agriculture [Ducrot *et al.*, 2010]. Si la collaboration entre sciences « dures » et sciences « molles » dont fait partie la sociologie, n'est pas toujours sereine, le jeu en vaut la chandelle et le nombre croissant de projets de recherche ou de développement agricoles intégrant des approches sociologiques en est la preuve.

BIBLIOGRAPHIE

- Dockès A.C., Bousquet D., Frappat B., Guillaumin A., Kling-Eveillard F., Madeline Y., Villaret A. - Concevoir et animer une action de conseil collectif, 112 pages, Institut de l'Élevage, collection Méthode et outils, 2005.
- Dockès A.C., Kling-Eveillard F. - Les représentations de l'animal et du bien-être par les éleveurs français. *INRA Prod. Anim.*, 2007, **20**, 23-28.
- Dockès A.C., Hendrikx P. - Action Top-Lait en Haute-Normandie, l'efficacité d'une action multi-partenariale conduite avec méthode et dans la durée, 12 pages, Institut de l'Élevage, 1993.
- Ducrot C. *et al.* - Qualification sanitaire des troupeaux, représentations du risque selon les acteurs et les disciplines. *Natures sciences sociétés*, 2010, **18**, 3-13.
- Frappat B., Dockès A.C., Souquet C, Lacour C. - Les attentes des éleveurs de bovins en matière de conseil. *Rencontres Recherche Ruminants*, 2005, 69-72.
- Frappat B., Fourrichon F., Pecaud D. - Santé du troupeau, maladies contagieuses et risques sanitaires : une exploration de la diversité des représentations des éleveurs. *Rencontres Recherche Ruminants*, 2008, 69.
- Jodelet D.- Les représentations sociales, 424 pages, PUF, 1989.
- Lhotel L. - Adhésion et observance dans le cadre d'un programme de maîtrise de la BVD en Deux Sèvres, Mémoire de fin d'études - Ecole vétérinaire de Nantes, 2007.
- Mioche A - Représentation du risque sanitaire par les éleveurs de bovins, Mémoire de fin d'études - ENITA Clermont Ferrand, 137 pages, 2007.
- Ponsart C., Frappat B., Le Mezec P., Fréret S., Seegers H., Paccard P., Humblot P.- Une palette d'outils pour améliorer la reproduction des vaches laitières. *Rencontres Recherche Ruminants*, 2007, 351-359.
- Sens S., Soriano V. - Elever pour tuer. Une approche Socio-zootecnique. *Ethno zootecnique*, 1998, **61**, 9-18.

