



TF1 et LCI, le début d'une nouvelle ère



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

L'annonce, la semaine dernière, d'un accord de diffusion des images du quinté, et plus largement des courses sur plusieurs médias du groupe TF1, est incontestablement une bonne nouvelle. Hors Equidia, nous étions en effet au niveau zéro, avec la disparition des retransmissions sur toutes les télévisions généralistes, à l'exception notable des très bonnes émissions réalisées par BFM TV pendant le meeting d'hiver de Vincennes.

Pour autant, cet accord avec le Groupe TF1 doit être considéré, non pas comme l'aboutissement d'une négociation, mais comme une nouvelle étape d'une stratégie de conquête.

Une stratégie multimédia avec TF1, la première rédaction du PAF

Certains se sont émus, à la publication du communiqué des sociétés-mères, du fait que les images des quintés seraient diffusés sur LCI, une chaîne jugée (encore) trop confidentielle, et pas sur LE média grand public par excellence qu'est TF1. Je ne partage pas cette déception. D'abord parce que dans une grille comme celle de TF1, il n'est pas imaginable de caler un rendez-vous assez répétitif

Vendredi 15 avril 2016 – N° 118

dans son aspect, 365 jours par an et qui plus est avec des aléas de retards, de faux départs, de chevaux lâchés... le tout dans un format défini à la seconde près. Sur la première des chaînes grand public françaises, le rythme quotidien des courses ne pourrait que laisser, comme les expériences précédentes le démontrent. La répétitivité de notre diffusion cadre évidemment mieux avec une grille par définition rythmée sur le même modèle d'une chaîne « tout info ».

LCI n'est pas n'importe quelle chaîne. Depuis la semaine dernière, elle fait partie du bouquet de la TNT gratuite. Cette nouvelle configuration associée à la puissante rédaction du groupe TF1 offre des perspectives d'évolutions qui incitent à prendre ce pari face à des supports secondaires ou même cryptés. Ce serait un contresens complet de qualifier LCI de « strapontin » de TF1. Il est vrai que la diffusion limitée sur TF1 aux seuls deux championnats que sont l'Arc et le Prix d'Amérique constitue une portion un peu congrue. C'est déjà bon à prendre et il faut le considérer comme un point de départ. A nous de convaincre que faire davantage sera payant en termes d'audience.

C'est surtout le retour d'un format court tous les dimanche et de sujets dans les journaux du week-end qui doivent attirer notre attention. Le retour d'une « minute hippique » à forte audience doit permettre de montrer la diversité et la puissance de nos courses, nos hippodromes, nos centres d'entraînement, nos haras, toutes les professions de la filière,... Pas seulement en rediffusant une ligne d'arrivée. Un reportage diffusé dans le Journal de 20h00 de TF1 dimanche dernier a été un premier signal très positif.



Enfin, n'oublions pas les nouveaux médias. La présence de nos images de courses sur le puissant site MyTF1.fr est un élément de la nécessaire présence des courses sur les réseaux sociaux.

L'accord passé avec TF1-LCI est celui qui, à mes yeux, répond le mieux à la stratégie de retour à la télévision que nous avons définie, notamment lors des dernières élections du Galop.

Une page à ajouter: celle de l'obstacle

Nombreux sont ceux qui se sont émus de ne presque pas voir de dispositif consacré aux courses d'obstacles intégré dans des proportions conformes à leur place dans cet accord. En effet, le système des « Séries » qui constitue un volet important de la médiatisation ne concerne que le plat et le trot. Tout au long des discussions nous avons pointé ce manque, et le président du Conseil de l'obstacle a constamment souligné ce déficit d'images dans les réunions préparatoires. Plusieurs arguments pour justifier ce manque ont été avancés et notamment la nécessaire parité entre le Galop et le Trot qui aurait amené une augmentation d'une dizaine de courses à communication renforcée, le Trot réclamant légitimement un nombre équivalent, et notamment les meilleures épreuves au trot monté. La diffuseur ne pouvait aller jusque là.

A force d'obstination, Jean d'Indy a néanmoins obtenu que le Grand Steeple soit l'objet d'une émission spéciale de 45 minutes sur LCI et nous continuerons, inlassablement, à proposer des sujets pour le créneau qui nous est maintenant acquis sur TF1. Je reste convaincu que l'obstacle offre les plus belles images télévisuelles qui soient et permet d'attirer plus facilement un public de néophytes.

Les passionnés de l'obstacle sont aujourd'hui un peu déçus et il faudra en tenir compte.

Un outil de conquête

Chacun l'aura compris néanmoins : cet accord avec le Groupe TF1 est positif au total. Il est vrai qu'on revient de loin. Mais il ne doit être qu'une étape dans un plus profond processus de développement de l'image déjà très forte des courses en France. Nous allons produire des images, fournir un produit tout fait à LCI comme à TF1. Il faut qu'il soit aux normes du géant de l'audiovisuel.

Il est surtout impératif que les courses se montrent capables de convaincre les rédactions de TF1 et de LCI de la qualité de notre sport, de la dimension populaire de notre spectacle, de la convivialité de notre univers, de la passion que peuvent susciter nos compétitions. Supporters de nos courses par contrat, les journalistes comme les dirigeants de TF1 doivent le devenir par intérêt pour ce que nous sommes et pour ce que nous faisons. Si on en reste à l'exécution stricte d'un contrat, ce sera perdu. C'est la passion pour les courses qu'il faut leur transmettre. Nous avons des journalistes hippiques qui sauront être les prosélytes auprès de leurs confrères encore néophytes. Pour cela les jargons des communicants ne sont que des pis aller. Ce n'est pas « une histoire » qui permet de comprendre ce qui se passe sur un hippodrome. C'est le pari qui constitue notre ADN fondamental. Quand on a goûté à la joie de gagner, quand on espère un meilleur sort après des pertes, on revient aux courses, on s'y intéresse, on en comprend le programme et les enjeux.

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