



Le moteur du « propriétéariat » (3) : Un « parcours client » qui valorise la part du rêve

Vendredi 25 août 2017 – N°178



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

On a coutume, dans notre Institution, d'évoquer la notion de « parcours client » pour désigner les services mis à la disposition du public et des parieurs : accueil, accès aux chevaux, tribunes adaptées, informations, restauration (!), possibilité de parier etc... Évidemment, ce parcours client doit être adapté à sa cible et, spécifiquement pour le propriétaire qui est – avec le parieur – le financier de notre système global.

Réduire les tracasseries administratives

Ma première demande, sur laquelle je ne désespère pas de convaincre un jour, est de bouleverser complètement le premier contact du candidat propriétaires avec l'Institution. Sans trop caricaturer, le futur propriétaire se voit d'abord convoqué par la Police des Jeux dans le cadre d'une enquête et est prié de signer un chèque pour approvisionner son compte avant

même d'avoir un premier cheval. Certes le candidat parisien sera assisté par le très enthousiaste « département propriétaires » de France Galop mais les contraintes restent les mêmes. Le prédécesseur d'Edouard de Rothschild avait obtenu de Manuel Valls, Ministre de l'Intérieur, la promesse d'assouplir les contraintes et d'appliquer l'enquête de police a posteriori. Il faut revenir à la charge. Sur le second point, je suggère qu'au lieu de commencer par demander au candidat de payer des frais de dossier, on lui adresse une lettre de félicitations signée du Président de France Galop. Pourquoi ne pas lui verser, par la même occasion, un a-valoir d'environ un mois de pension en province pour l'encourager à acheter rapidement un cheval ? Un bonus d'accueil, en quelque sorte.

Par la suite, dans ses rapports quotidiens avec France Galop, des améliorations sensibles doivent être apportées. France Galop ne doit être que très partiellement une administration. Les courriers du service des comptes pourront être repensés pour être moins agressifs. La présentation des relevés peut largement gagner en lisibilité. Il y a une ribambelle de détails qui peuvent faciliter la vie du propriétaire et la rendre plus conviviale.

L'accueil sur les hippodromes

La lecture de l'analyse britannique publiée par le *Racing Post* à laquelle je me référais dans le dernier *Grain de Sel* est claire : Les propriétaires ne demandent pas l'impossible. Il ne s'agit pas de faire couler du champagne à flots ni d'offrir du

Le Grain de Sel du vendredi

29, rue Claude Terrasse 75016 Paris • Tél. 01 46 21 80 82 • Fax 01 46 21 80 85
associationpp@yahoo.fr • www.lespp.fr



caviar. Mais un endroit agréable pour s'asseoir et boire une tasse de thé (c'est un rapport anglais !). Cette remarque s'applique avec autant de bon sens à nombre d'hippodromes français, et en particulier aux parisiens ! Un accès privilégié dès le parking, un salon confortable avec l'exigence d'une tenue de (très) bon aloi, des tarifs raisonnables, des guichets de jeux, un bar ...

A l'instar de quelques hippodromes de province, France Galop a fait beaucoup d'efforts. Efforts hélas rendus partiellement vains par un laisser-aller assez général, mais aussi des responsables des prestations de restauration qui ne sont pas à la hauteur. Il est temps de trouver de bonnes règles et le bon prestataire. On me dit que Longchamp sera l'occasion de le trouver. Mais le monde des courses en France ne pourra s'arrêter à Longchamp.

Depuis quelques semaines, une association de propriétaires et d'éleveurs publie chaque jour dans *Jour de Galop* la contribution d'une personnalité qui expose ses solutions pour reconstruire l'hippodrome parfait. Je suis souvent stupéfait par certaines propositions destructrices et dangereuses. J'ai lu – je vous le promets – qu'il faudrait donner tous les départs devant les tribunes ! Et on ferait quoi pour que les arrivées s'y disputent aussi tout en respectant la diversité des distances nécessaires pour satisfaire le programme ? J'ai lu qu'il faudrait dorénavant courir sur des anneaux réduits permettant de passer plusieurs fois devant les tribunes ! Les fameux « tourniquets » ! Et la sélection ? J'ai lu qu'il fallait généraliser les PSF plus spectaculaires, au mépris des fondamentaux de notre élevage et de sa stature internationale. J'ai lu qu'il fallait ouvrir les hippodromes plus

souvent sur certaines tranches horaires pendant lesquelles nos points de vente de paris en ville sont majoritairement clos !

Soyons sérieux au-delà de ces chimères. Nos propriétaires forment un noyau dur de passionnés. Au lieu de briser le modèle et de jeter le bébé avec l'eau du bain, profitons de ces propriétaires pour les conforter dans leur passion sans les désorienter. Tous les commerciaux savent qu'il est infiniment plus difficile de trouver un nouveau client que d'en conserver un. Il faut qu'ils s'approprient notre modèle et en soient les meilleurs ambassadeurs. Les propriétaires doivent pouvoir inviter, recevoir, venir entre amis, se sentir chez eux sur des hippodromes confortables. Je ne propose pas la révolution. Juste du bon sens.

La philosophie du client-roi

Reprenons une citation du rapport anglais : « *le coût d'entretien d'un cheval des courses est élevé. La frustration peut être d'autant plus élevée* ». Un propriétaire doit en avoir, en termes de plaisir et de rêve, pour son argent. C'est un pari aléatoire qu'il fait en ayant des chevaux de courses. On ne doit pourtant pas limiter son retour à un espoir de gain. Il ne s'agit alors pas seulement d'allocations, mais de considération, d'attention, d'une multitude de petits gestes qui montrent que le propriétaire est au centre de l'Institution.

C'est ainsi que France Galop doit traiter les propriétaires : en valorisant la part du rêve qui est l'élément majeur du moteur du propriétaire.

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