

## Moderne ? Oui...mais



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

**A** l'occasion des élections internes au sein des différents syndicats et associations comme lors des élections à venir au sein de France Galop, ils sont nombreux, ceux qui revendiquent le terme « moderne » comme pivot de leurs convictions et de leurs propositions. Être moderne serait devenu la qualité première qui permet de préparer un avenir meilleur. Par opposition, ne pas être moderne, c'est être dépassé, voire ringard.

Être moderne, c'est évidemment vivre avec son temps, comprendre son époque, prévoir ses évolutions. Autant d'attitudes nécessaires pour construire un avenir. Mais une fois cette affirmation posée, il faut sortir de la déclaration d'intention, être concret, être à l'écoute pour ensuite mettre son désir d'être moderne en conformité avec ses actes et surtout ne pas confondre modernité et efficacité.

### Moderne, évidemment

Nul doute que le PMU est, sur le marché des jeux, en situation de concurrence. Concurrence frontale avec la Française des Jeux et sa panoplie de jeux de hasard mais aussi et surtout avec ses paris sportifs en pleine montée en puissance. Concurrence aussi avec des opérateurs alternatifs qui proposent des offres de jeux en perpétuelle évolution, du poker au casino virtuel.

### Vendredi 5 avril 2019- N°251

Les organisateurs de courses sont tout autant en situation de concurrence sur le marché des loisirs. Rendre les courses plus attractives pour les spectateurs, mais aussi satisfaire les propriétaires, est un impératif.

Bien sûr, il faut pour cela comprendre les attentes des clients actuels et futurs. Et ces attentes sont bien évidemment différentes, parfois même contradictoires. C'est une des bases de la stratégie actuelle du PMU mise en place par Cyril Linette, que de procéder par étapes : conforter d'abord la clientèle existante pour en faire ensuite le socle de la reconquête d'une clientèle nouvelle. Une seconde étape qu'il faut bien sûr anticiper dès maintenant. Il faut s'inscrire dans le « en même temps ».

S'agissant du jeu, je suis de ceux qui demandent au PMU plus de souplesse et d'anticipation. Ainsi, le réseau physique n'est pas suffisamment adapté à ces objectifs multiples et à ces clientèles diverses. Habituer les gens à utiliser leur smartphone comme borne de jeux demande à la fois de la pédagogie, mais aussi des moyens pour revisiter les sites et les applications mobiles. Mais sans se faire trop d'illusions, tant il est vrai que, dans l'activité des paris, l'argent liquide est une composante irremplaçable pour bien des clients.

Il en va de même pour l'accueil sur les hippodromes. Ils seront comparés à d'autres offres de loisirs et de spectacles dans leur bassin de population. A l'heure du numérique, un réseau Wifi performant est indispensable pour les grands sites au sein des métropoles. Il ne l'est pas forcément dans les territoires ruraux où, en revanche, la proximité avec le cheval est le premier des atouts. A l'heure de

29 rue Claude Terrasse 75016 Paris

Tél. 01 46 21 80 82 • Fax 01 46 21 80 85 • [associationpp@yahoo.fr](mailto:associationpp@yahoo.fr) • [www.lespp.fr](http://www.lespp.fr)

l'image, la qualité des écrans, leur nombre, leur taille sont des points majeurs dans le monde d'aujourd'hui.

Mais la modernité ne suffit pas en elle-même. Elle ne peut en aucun cas tenir lieu de programme. Le public recherche d'abord de la convivialité, de l'ambiance, le partage de la passion, une accessibilité fluide, la facilité d'engager des paris, une visibilité du spectacle, la possibilité d'une restauration rapide et bon marché. Une certaine modernité fait partie des attentes, cela tombe sous le sens. La modernité n'est pour autant pas la solution miracle et l'arrivée sur un hippodrome doit aussi être un retour à la terre, à l'animal, à la beauté et à l'élégance.

## Les atouts-maîtres de la magie des courses

C'est trop souvent le travers de ceux qui, faute d'idées, de réflexion et de mise en perspective, se veulent modernes à cor et à cri. Au nom d'une pseudo modernité, il faudrait remettre en cause ce qui fait le succès des courses et, chez nous, ce qui en fait leur force et leur richesse. Moderne : le grand mot est lâché par ceux qui voudraient faire croire qu'une « moderne attitude » serait la solution universelle.

Pourtant, Pompadour s'appuie sur son cachet historique et un brin désuet pour accueillir plus de 10 000 personnes, le 15 Août. Clairefontaine n'a pas renoncé à sa tribune à taille humaine et son aspect normand pour plaire à son public. A l'étranger, Ascot a considérablement modernisé ses tribunes mais le public se masse d'abord pour accueillir la famille royale qui arrive dans de magnifiques attelages qui illustrent autrement plus la tradition que la modernité.

Les valeurs qui sont les nôtres sont d'abord fondées sur le cheval, son considérable capital d'attractivité, son élégance, sa puissance. Je ne suis pas opposé par principe au système de « tracking » qui permet

d'afficher des chevaux virtuels sur un écran géant, mais il ne faut pas en faire l'alpha et l'oméga d'une politique de conquête ! Autre valeur essentielle : le pari. A l'évidence les prises de paris vont s'appuyer de plus en plus sur des moyens digitaux et qui favoriseront l'instantanéité. Mais notre jeu restera fondamentalement celui qui consiste à déterminer le gagnant d'une épreuve, voir l'ordre d'arrivée d'une course ou d'un groupe de courses (jeux verticaux).

## L'efficacité

Il ne suffit pas qu'un produit soit moderne pour être attractif : il y a tant de contre-exemples. Il doit être efficace. Il doit faire envie. Le pari sur les courses consistera toujours à trouver, d'une manière ou d'une autre, le gagnant et les combinaisons gagnantes d'une course ou d'un groupe de courses. Est-ce moderne ou non ? Là n'est pas la question. Ce qui importe, c'est que le jeu soit facile d'accès, aux règles simples et claires, explicables facilement à un néophyte. Ce qui importe, c'est que le jeu permette un espoir de gain en regard du risque accepté et qui souffre la comparaison avec d'autres offres sur un marché concurrentiel. Ce qui importe enfin, c'est que nos compétitions inspirent la confiance et la transparence des règles et de leur application. Notre image, l'image des courses et des paris sur les courses, est sur ce terrain-là plus fondamentale encore.

Vouloir rendre notre activité, notre spectacle, nos jeux plus modernes, c'est une évidence. Mais le propos reste très insuffisant. Pour paraphraser Edmond Rostand : c'est un peu court, jeune homme ! On pouvait dire... Oh ! Dieu ! ... bien des choses en somme : ludique, élégant, haut de gamme, facile à comprendre, rémunérateur... Moderne, oui, mais encore !

*Si vous ne recevez pas ce bulletin hebdomadaire par mail, il suffit de vous inscrire en nous adressant un courriel à [associationpp@yahoo.fr](mailto:associationpp@yahoo.fr).*