

L'indispensable « démarche qualité »



par Hubert Tassin – Président des P.P.

Le Grain de Sel de la semaine dernière, dans lequel je déplorais la carence dans la manière dont le public comme les acteurs des courses sont accueillis sur les hippodromes parisiens, y compris pour les grandes journées, m'a valu ne nombreux commentaires et retours d'expériences. Une bonne raison pour en prolonger l'analyse.

Cela ne signifie évidemment pas que passer une journée à Auteuil ou à Longchamp soit la garantie d'un moment raté. La qualité des courses de certaines réunions a de quoi satisfaire les amateurs forcenés et des programmes exceptionnels peuvent faire saliver les plus difficiles. Mais on ne peut en rester là : il en va de l'avenir de l'écosystème et de la compétitivité de nos entraînements au plus haut niveau.

Je suis simplement convaincu qu'avec une vraie volonté on peut, et donc on doit, faire tellement mieux pour restaurer le lustre qui était notre marque il n'y a pas si longtemps, et qui disparaît petit à petit.

Les courses : un loisir élégant et convivial

Les courses ont toujours été des lieux d'élégance, à l'image de celle des chevaux présentés, élevés pour courir. L'élégance ne se limite pas seulement à la tenue vestimentaire et le débat sur le port, obligatoire ou non

Vendredi 9 septembre 2022 - N°405

de la cravate lors des réunions les plus prestigieuses ne devrait même pas se poser. Les hippodromes sont des lieux magnifiques qui doivent être entretenus dans cet esprit pour magnifier le spectacle qui fait la magie des courses. Ce n'est pas un hasard si des marques comme Hermès pendant plusieurs décennies puis, aujourd'hui Longines se sont associées au Prix de Diane et au site de Chantilly. Ce n'est pas un hasard si d'autres maisons de prestige se sont associées un moment au Prix du Jockey Club ou au Prix de l'Arc de Triomphe.

Lors des débats sur l'opportunité du « nouveau Longchamp » les avocats du projet avaient avancé la nécessité de disposer d'une vitrine de prestige pour le galop français. C'est tout sauf le cas. Le public n'a pas d'espaces, les propriétaires pas de lieux exclusifs. Il n'y a pas de fleurs, peu de bancs, peu de lieux pour simplement s'asseoir et faire le papier. Dans les deux premiers étages de la tribune, on ne voit pas le ciel.

Une tribune des propriétaires tout sauf élégante, sans accueil, sans contrôle, sans la moindre attention donnée aux propriétaires qui sont les piliers du système. Une signalétique sans visibilité. Si vous ne connaissez pas l'hippodrome vous aurez du mal à trouver le bon parking, la bonne tribune. Des tribunes ouvertes à tous vents (au sens propre comme au figuré), peu conviviales... et en conséquence si souvent vides comme dimanche dernier lors, pourtant, du Prix du Moulin de Longchamp et du Prix La Rochette. Le calendrier est ainsi fait qu'on compare le même jour les conditions d'accueil d'un public clairsemé au Bois de Boulogne et d'une foule enthousiaste à Craon ... Peut-être que l'un pourrait prendre des leçons chez l'autre !

Quant à la restauration, je l'ai suffisamment écrit pour ne pas y revenir, sauf pour exprimer le triste sentiment de prêcher dans le désert. Je sais le sujet sensible et difficile à résoudre mais j'ai l'impression que nos

dirigeants ont jeté l'éponge, découragés, peu concernés, ou se concentrant sur la majoration du fameux « panier moyen » au profit du concessionnaire. Un contresens : ce qui est important, ce sont des spectateurs qui parient ou ont des chevaux et à qui est offert un accueil, chacun dans sa catégorie et au prix le plus ajusté.

La notion de « démarche qualité »

Toutes les entreprises ont une démarche « Qualité » pour juger et rechercher l'amélioration des produits ou des services qu'elles proposent. Les plus grands groupes ont même créé une direction de la Qualité ou étendu à ces missions les compétences de leurs « services clients ». A France Galop rien de tout cela à ma connaissance. On a même le sentiment de prêcher dans le désert lorsqu'on propose que des bénévoles – les mieux placés par construction - y contribuent avec un esprit critique constructif et désintéressé.

Il est pourtant nécessaire de dresser la liste de tous ces petits détails de la vie quotidienne du spectateur, du propriétaire, du parieur qui font que le produit « un jour aux courses » a perdu son ADN, sa magie, et de ce fait n'est plus à la hauteur des standards. Analyser la signalétique à l'extérieur de l'hippodrome, la facilité pour trouver le parking, la propreté des accès, les facilités pour se repérer quand on vient pour la première fois, ce n'est pas être négatif, c'est être positivement critique : pour séduire, nous devons convaincre les arrivants en leur donnant nos codes. Comparer la qualité et le confort des points de restauration, les tarifs pratiqués, le nombre de points de vente et donc les temps d'attente pour consommer, ce n'est pas être destructeur mais vouloir faire avancer les choses.

A la fin du meeting de Deauville, France Galop a publié un communiqué pour se féliciter des points positifs du fonctionnement de l'hippodrome de La Touques et d'un très fort taux de satisfaction du public. Il faut bien sûr souligner les réussites, mais il serait peut-être plus productif encore de dresser la liste de ce qui ne va pas...

La démarche « qualité », c'est accepter que rien ne puisse être jamais parfait et qu'il faut chaque jour se remettre en cause, c'est considérer que la critique n'est pas une agression mais sert à faire avancer les choses.

Au-delà des moyens, une question de volonté

Bien sûr, redonner du lustre à Longchamp et à Auteuil va demander de vrais investissements en infrastructures pour reconstruire et que le « jour aux courses » y soit synonyme de plaisir partagé. Mais, sans attendre, la démarche qualité peut contribuer à une stratégie d'attente des petits pas. Autrefois les entreprises ouvertes au public mettaient en place des cahiers de réclamation aujourd'hui transformé en boîtes aux lettres numériques. Rien de tel chez nous, ce qui encourage ceux qui veulent se plaindre à s'exprimer publiquement sur les réseaux sociaux, contribuant ainsi à développer une image négative. Comparons-nous à d'autres grands événements sportifs ou culturels en s'interdisant de les singer et, au contraire en cultivant nos spécificités. Comparons-nous aussi entre nous pour appliquer ce qui marche sur d'autres hippodromes en France ou à l'étranger et qui ont su trouver – parfois sans gros budgets – des solutions pour recevoir le public et les acteurs des courses.

Sur les hippodromes parisiens, vitrines des courses, nous avons quelques moyens et pouvons compter sur le dévouement des collaborateurs motivés, tant à France Galop qu'au sein du GTHP qui assurent les missions d'accueil avec beaucoup de bonne volonté. Mais il faut qu'au plus haut niveau on considère que ceux qui viennent aux courses, spectateurs, parieurs, propriétaires ou professionnels doivent être traités comme ils peuvent l'attendre au mieux, chacun dans sa catégorie. Et l'exemple toujours, c'est-à-dire l'expression de la volonté, doit venir d'en haut.

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