

Les courses, c'est (aussi) pour se faire plaisir



par Hubert Tassin – Président des P.P

Le titre de ce *Grain de Sel* hebdomadaire est emprunté à l'interview donnée par Jacques Ortet à *Jour de Galop* la semaine dernière et que la rédaction avait choisi de mettre en titre à la Une. Et pourtant la phrase sonne comme une évidence. Mais si elle retient ainsi l'attention et qu'on lui donne une telle importance, c'est une manière de dire que ce n'est pas une évidence pour tout le monde. Récemment, c'est mon ami Antoine Gilibert, président très impliqué de la Société des Courses de Compiègne, qui reprend ce thème du plaisir comme moteur de ceux qui viennent aux courses. Preuve qu'à défaut d'une évidence, ce doit être un sujet de réflexion pour les dirigeants de notre Institution.

Les hippodromes : des espaces de loisirs

Sport pour les uns, activité de paris pour d'autres, business pour ceux qui en font leur métier ou cherchent à spéculer, il faut d'abord voir les courses comme un loisir pour un grand nombre d'entre nous. Les spectateurs et parieurs bien sûr, mais aussi la plupart des propriétaires et bon nombre d'éleveurs. Et quand bien même on va aux courses avec une autre motivation que le loisir, il n'est pas interdit – il est même recommandé – d'y trouver un certain plaisir.

Vendredi 9 décembre 2022 - N°418

C'est donc à l'aune de cet objectif que nos hippodromes, leur animation, l'ambiance qu'on veut y créer et les services qu'on y propose doivent être pensés.

Pour le public, celui qui paye son entrée, tout doit être fait pour qu'il passe une bonne journée. Nous vivons dans un monde de comparaisons permanentes et de concurrence qui doit inciter à une remise en cause très régulière de ce qui constitue « un jour aux courses ». Je me souviens des débats sur ces sujets lors du rapprochement des équipes du PMH et des sociétés-mères afin de redéfinir le « parcours client ». C'était il y a plus de 10 ans. Qu'avons-nous fait évoluer depuis, pendant que les autres loisirs, les parcs, les stades, les musées, les salles de spectacles ont bouleversé les points de comparaisons ? S'interroge-t-on régulièrement sur la signalétique pour trouver l'hippodrome, sur les flux de circulation, l'accessibilité des parkings, sur l'ergonomie de nos bornes de jeux, sur les écrans... Je sais bien que les investissements à mettre en face de ces réflexions sont importants et rendent l'équation plus difficile mais tous retards en la matière se payent avec, à la clé, une perte de visibilité et une courbe de fréquentation qui semble s'infléchir inexorablement.

C'est d'autant plus lourd qu'on ne peut tout miser sur le public. Nombre d'hippodromes ont beaucoup fait pour développer des infrastructures d'accueil, pour offrir un meilleur confort aux propriétaires, aux éleveurs et aux professionnels. Aller aux courses doit être un plaisir, sinon pourquoi y consacrer de tels budgets ? Autant rester devant Equidia mais surtout, autant renoncer à avoir ou à faire naître des chevaux car le plaisir n'est pas le même. Cet été, dans un *Grain de Sel* consacré à la baisse de compétitivité des chevaux entraînés en France et à la diminution de leur

nombre, j'ai rendu compte de réactions qui m'ont été adressées et qui disaient en substance : on ne vient plus aux courses parce qu'on s'y ennue. Ce serait évidemment le début de la fin. Moins de public, moins d'ambiance, moins de plaisir et la spirale de repli sur soi est enclenchée : c'est aller aux courses qui peut convaincre de nouveaux propriétaires. Disons-le tout net, si nous avons moins de chevaux à l'entraînement c'est aussi – pas seulement – parce que certains ont le sentiment qu'on ne s'amuse plus, qu'on ne trouve plus de plaisir.

La notion de service

Je sais que la référence à la manière de gouverner de Jean-Luc Lagardère agace certains de nos dirigeants. Mais il savait faire avancer les choses avec parfois des idées simples. J'évoquerai par exemple sa demande de mettre, tous les dimanches, des petits orchestres de rues aux entrées de l'hippodrome, juste pour donner à notre accueil un aspect festif. La première impression est souvent la bonne. Chacun sait qu'en France la gastronomie est importante. Aux courses, personne ne demande le menu d'un restaurant étoilé ; juste des produits simples et bons et à un prix raisonnable. Ceux qui auront déjeuné avec moi à l'issue d'une réunion PP à Auteuil il y a quelques jours auront pu se voir proposer un menu correct, servi par un personnel aimable, mais pour un prix très excessif.

Nombre d'entraîneurs intègrent maintenant cette notion de service et cette notion de plaisir, donnant plus souvent des nouvelles, envoyant des vidéos des galops, associant les propriétaires aux choix en matière de programmes. Mais encore faut-il qu'on permette aux propriétaires de voir les chevaux courir et parfois près de chez eux, dans des dates et des créneaux horaires compatibles.

Un changement de philosophie

Le travers vient selon moi du fait qu'on ne cherche pas d'abord le bien être du parieur ou du propriétaire. On cède aux injonctions du concessionnaire du restaurant, aux priorités de quelques professionnels qui ne veulent pas être importunés par des animations, aux compressions budgétaires compréhensives mais à long terme destructrices.

La philosophie que nous devons cultiver est aux antipodes de cela. Comment faire de nos hippodromes le lieu parfait pour mettre en valeur et partager notre passion, fidéliser, donner envie. C'est évidemment une question de budget mais c'est d'abord une question de décision stratégique et de mobilisation des dirigeants comme des entraîneurs qui sont, je l'ai écrit la semaine dernière, au premier rang pour faire rêver « leurs » propriétaires.

Nos associations aussi ont un rôle à jouer. L'un d'entre nous, membre des PP, avait ainsi proposé à France Galop d'initier une démarche « Qualité » qui visait précisément à améliorer la perception qu'on peut avoir en venant sur l'hippodrome. Une proposition bénévole bien sûr, mais restée sans réponse. Sans doute parce dans la structure, on estime le sujet mineur. Combien d'administrateurs de France Galop ont été prendre un repas à la brasserie de l'hippodrome de Longchamp, ont cherché un sandwich à Auteuil ou à Chantilly, ont payé le prix d'une bière à Saint Cloud et donc cherché à se mettre à la place du client, parieur ou acteur des courses. ?

Je recommande l'exercice. Il est parfois édifiant et permet de mesurer que pour que les courses soient – selon la formule de Jacques Ortet- un plaisir, le chantier reste lourd... et urgent.

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