

## Ne renonçons plus au public de nos hippodromes

**Vendredi 3 mars 2023 - N°427**



*par Hubert Tassin – Président des P.P*

**L**e financement de notre écosystème repose sur les paris hippiques pris hors des hippodromes, c'est-à-dire dans les points de vente et, pour une part plus réduite (14%), via internet. Le modèle est particulier : les dotations de courses sont financées par les paris et les paris sont colletés sur les courses. L'actionnaire est le fournisseur en quelque sorte.

L'équilibre n'est pas facile à trouver : c'est forcément pour une part importante à l'aune de la croissance des paris hippiques que se prennent aujourd'hui toutes les décisions stratégiques. Ce n'est évidemment pas moi – infatigable avocat de la croissance – qui en ferait le reproche. Mais une stratégie est forcément affaire de vision et s'inscrit dans la durée : on ne saurait tout sacrifier au court terme. C'est la construction durable des filières qui doit être servie par les monopoles et autorisations de prendre des paris accordés par l'État aux sociétés de courses.

Les courses sont à la fois des compétitions, un jeu et un spectacle. Un spectacle sans public ne peut espérer se développer, attirer de nouveaux passionnés, permettre le partage des émotions. On ne doit pas se résigner à courir régulièrement devant des tribunes vides et abandonner l'objectif

de la fréquentation des hippodromes en arguant qu'en contrepartie on optimise (à court terme) les enjeux.

### Le renoncement affiché sur les hippodromes urbains

Les grands hippodromes urbains doivent faire face à un environnement concurrentiel très vivant dans le domaine des loisirs. Petit à petit, le public a déserté les champs de courses des grandes villes pour s'orienter vers d'autres lieux de divertissements plus conviviaux, plus familiaux, plus accueillants et qui construisent sur leurs points fort, leur ADN comme on dit maintenant.

Le financement de ces hippodromes réside très majoritairement et, dans bien des cas en totalité, dans les réunions PMU (Premium) : ni les paris pris sur l'hippodrome ni les droits d'entrées ne sont une priorité économique et la préoccupation de la fréquentation est passée au second plan. On a alors inventé l'effrayante formule de « réunions alimentaires », en quelque sorte injurieux pour les propriétaires qui, globalement sont perdants, et regrettable aveu du renoncement à accueillir du public sur nos hippodromes.

Bien sûr, on ne peut pas mettre les mêmes moyens et la même mobilisation des bénévoles et des équipes pour faire venir du public un lundi à 11H00 qu'un dimanche après-midi. L'arbitrage est inéluctable. Mais on a, hélas, renoncé progressivement à garnir nos tribunes beaucoup plus souvent. Oui, je suis un nostalgique des Grand Prix de Paris d'antan, des Prix du Jockey Club avec

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)

quelques dizaines de milliers de spectateurs qui bravaient les embouteillages pour rejoindre Chantilly. Aujourd'hui on se satisfait d'approcher les 10.000 spectateurs y compris à Auteuil le jour du Grand Steeple qui se dispute pourtant en plein Paris avec une station de métro qui peut déposer les spectateurs aux portes du champ de courses.

A mon sens, le plus mauvais exemple vient de Longchamp et de sa vitrine internationale du Prix de l'Arc de Triomphe. Rassembler 20.000 spectateurs le plus grand jour de l'année semble satisfaire certains. C'est à mes yeux un aveu d'échec. Le pire peut être, c'est que cet échec pouvait être prévisible en analysant les plans de construction des nouvelles tribunes tels qu'ils avaient été révisés à la baisse pour tenir dans le budget. On les a imaginés plus petites, moins confortables pour le plus grand nombre en se souciant principalement, des loges et des suites, peu modulables (malgré le cahier des charges). Un des préalables était de tenir compte d'une inéluctable baisse de fréquentation. Inéluctable ? On ne doit jamais renoncer ! A l'heure où une réflexion est annoncée sur une rénovation importante d'Auteuil, il va falloir s'assurer qu'on ne s'engage pas sur une telle voie et qu'on ne se tire pas ainsi une balle dans le pied.

## Des recettes simples et avérées autour de la convivialité et de la mise en valeur de nos atouts

J'ai l'impression de prêcher dans le désert lorsque je suggère que les équipes de France Galop analysent avec plus d'attention ce qui se passe sur de nombreux hippodromes de province qui disposent pourtant de budgets très inférieurs aux mannes parisiennes (pour un nombre de réunions

à promouvoir inférieur, j'en conviens). L'actualité récente nous a montré qu'à un intervalle de quinze jours, l'hippodrome de Pau avait su remplir ses tribunes avec une jauge de l'ordre de 10.000 spectateurs. Chaque année l'hippodrome de Craon, charmante petite ville de la Mayenne attire trois ou quatre fois plus de monde pour son Grand Cross et le prix des Sulkys que, le même, jour, Longchamp n'en rassemble pour le Groupe 1, Prix du Moulin de Longchamp. Wissembourg, Pompadour, Le Lion d'Angers sont des champs de courses qui font – pour leurs réunions phares – jeu égal avec Auteuil ou Deauville avec des bassins de population pourtant peu comparables !

Nous avons proposé à France Galop de faire une étude sur l'accueil des hippodromes, passant par une analyse comparative avec les belles réunions en région. Notre proposition est restée lettre morte. Comparer la signalétique, la mise en avant des compétitions et du cheval, la restauration, la présence médiatique dans la zone de chalandise eut été utile. Mais, de Paris, on a tendance à regarder tout cela de loin, peut-être aussi de haut. D'ailleurs, en dehors des techniciens, on voit bien peu de collaborateurs de France Galop dans les tribunes des hippodromes de province pour analyser les recettes des succès.

## La fréquentation au service d'objectifs stratégiques essentiels

La fréquentation des hippodromes parisiens est devenue un sujet de second plan. Certes, on peut mettre en avant le succès des « Jeuxdi » de Longchamp. Mais cela ne suffit pas à contrebalancer les fréquentations limitées des autres journées. Or, j'ai déjà eu l'occasion de le souligner, la fréquentation n'est pas seulement

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)

une question d'égo, mais un instrument majeur au service d'une politique de relance.

Je regrette régulièrement dans mes *Grain de Sel* le manque d'interactions que nous avons avec nos élus politiques. Comment pourrait-on attirer l'attention de Madame Hidalgo si Longchamp et Auteuil sont des sites de loisirs marginaux ? Les relations avec les responsables politiques sont majeures. C'est grâce au nouveau tramway de Bordeaux que Le Bouscat peut espérer un nouveau dynamisme. C'est par de nouvelles relations établies entre le Président Tardy et le maire de Marseille qu'un avenir nouveau pour Borély peut se dessiner. Mais à la condition nécessaire qu'un objectif ambitieux de fréquentation du public soit au rendez-vous.

France Galop a parfaitement intégré la nécessité d'un politique active pour favoriser de nouvelles vocations de propriétaires. Le nouveau site internet qui vient d'être mis en place en témoigne. Mais tous ces efforts seront vains si on s'ennuie aux courses, si les tribunes sont vides, sans ambiance. L'hippodrome est le lieu de conquête de nouveaux propriétaires, de bénévoles, de futurs professionnels et de parieurs. Il ne faut pas se désoler en permanence des pertes de parts de marché du pari hippique : la stratégie basée sur le seul calendrier PMU est destructrice. On paie désormais le prix d'années de renoncement. Pensez qu'il y a des jours où deux – et même jusqu'à trois – réunions en diurnes sont organisées au même moment en région parisienne. On ne peut dire au public plus directement qu'on se passe très bien de lui. L'attractivité sacrifiée joue pour tous et il est vain d'être surpris qu'elle joue en notre défaveur aux yeux de propriétaires internationaux.

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