

Des idées au service du trot

Crée il y a une vingtaine d'années, la Direction de la Communication du Cheval Français a littéralement « relooké » les courses au trot en France. Isabelle Coltier, son actuelle directrice, a mené cette évolution d'une main de maître, avec une stratégie à long terme, qui aujourd'hui porte tous ses fruits. équ'idée a voulu connaître la recette de cette étonnante réussite.

Pourquoi avoir créé une direction de la communication au Cheval français ?

Quel est son rôle ?

Isabelle Coltier : Le PMU et les sociétés mères (France Galop et la SECF) ont des objectifs complémentaires mais différents. Le premier est chargé de la gestion et de la promotion du jeu, alors que les secondes sont les organisatrices de l'activité servant de support à ce jeu. Cette activité est à la fois un sport et un spectacle. Il est donc indispensable que chaque entité possède sa propre communication. Nous orientons notre politique de communication essentiellement sur deux axes : améliorer l'image des courses hippiques : les faire connaître et reconnaître comme un sport, et créer du trafic sur nos hippodromes : en clair, remplir les tribunes.



Comment les courses sont-elles considérées aujourd'hui ? Un jeu ? Un sport ?

Isabelle Coltier : Les mentalités évoluent petit à petit. En mettant en exergue les grands rendez-vous du trot comme le Prix d'Amérique Marionnaud ou en animant certaines réunions de courses, nous avons réussi à faire émerger l'aspect sportif que le tiercé avait en partie occulté. La « Journée de l'Extrême » que nous avons organisée le 13 juin 2009 à Vincennes a attiré plus de 27 000 spectateurs. Preuve que le trot est capable de mobiliser du public en dehors de son fameux meeting d'hiver, à partir du moment où il propose un spectacle de qualité.

En dehors des grands événements liés au trot, est-il facile de faire venir le public sur les hippodromes ?

Isabelle Coltier : Comme tous les sports et tous les spectacles, le trot souffre de la concurrence des médias, en particulier celle de la télévision, mais aussi des autres activités sportives ou culturelles. Il est très difficile de faire venir le public en semaine, car beaucoup de gens travaillent. Quant aux week-ends, ils sont souvent chargés et la concurrence est pointue. C'est ici que doit intervenir la notion d'animation pour permettre aux joueurs de venir en famille. Nous le remarquons nettement lors des journées

à thème ou lors des meetings d'été de Cabourg ou d'Enghien. Le tandem sport-animations fonctionne alors très bien et draine vers ces deux hippodromes un public de néophytes.

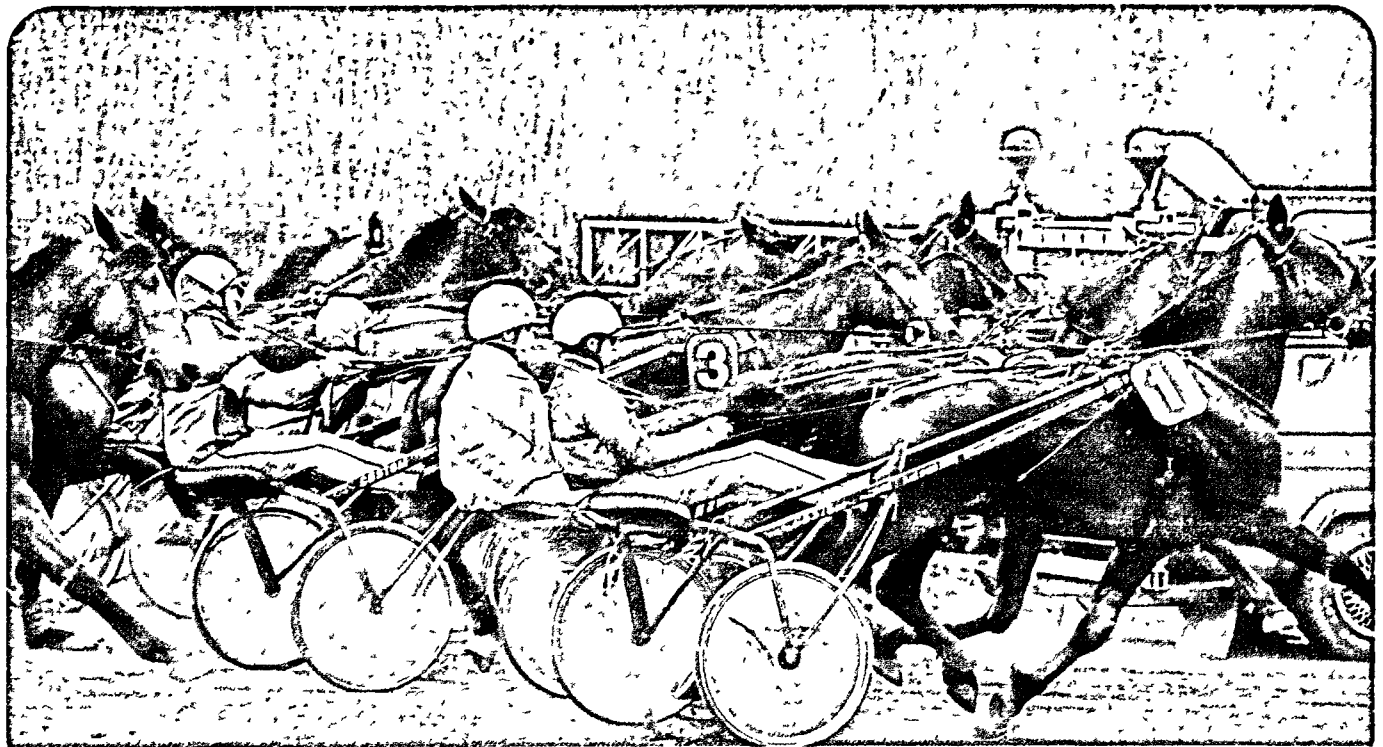
Depuis quelques années déjà, on semble assister à un rajeunissement et à une féminisation du public. Est-ce une impression ?

Isabelle Coltier : Non, ceci est le fruit d'une politique voulue et que nous menons depuis plusieurs années déjà. Les hippodromes doivent devenir des lieux conviviaux où il fait bon se rendre en famille. Beaucoup de femmes ne jouent pas. Nous leur offrons donc un moment de détente grâce à nos animations. Elles n'hésitent d'ailleurs plus à venir avec leurs enfants sachant qu'ils recevront le meilleur des accueils. Nous jetons également des passerelles en direction d'autres sports très prisés des jeunes comme le rugby avec l'opération « Grand Prix du Stade Français », mais aussi avec le football avec l'association de Guy Roux sur toutes les étapes du « Grand National du trot » (GNT).



Vous vous attachez à mettre en valeur le spectacle sportif, mais on dit que vous prêtez également une attention toute particulière aux acteurs de ce spectacle. Quelle est votre politique en la matière ?

Isabelle Coltier : Il n'y a pas de pièce sans acteurs. Les courses sont une longue chaîne humaine qui n'est pas toujours professionnelle ou rémunérée. Il me paraît donc juste de mettre à l'honneur des acteurs comme les propriétaires ou les bénévoles qui donnent de leur argent ou de leur temps pour assurer la pérennité des courses. Chaque année, nous organisons ainsi une journée qui leur est particulièrement réservée.



Les courses de trot, un spectacle de qualité

Et le public ?

Isabelle Coltier : Le public n'est pas oublié. Outre les nombreuses journées ou soirées à thème pour lesquelles nous distribuons des milliers d'invitations permettant d'assister à un spectacle gratuit, nous proposons chaque année une « journée des parieurs ». Nous avons également mis en place une carte de fidélité, VIP (Vincennes Infiniment Plus), qui récompense les habitués de leur fidélité à fréquenter Vincennes. Cette carte est gratuite, elle donne de nombreux avantages à nos visiteurs : cadeaux, offres exclusives... Il est très important pour nous de ne pas perdre le contact avec les joueurs qui restent un élément incontournable dans le fonctionnement des courses.

Comment voyez-vous l'avenir des courses ?

Isabelle Coltier : Les courses sont une activité économique comme beaucoup d'autres. Elles ont donc besoin d'un financement stable, qu'il provienne du PMU ou d'autres opérateurs. Le principe de ce financement semble désormais acquis. Les paris sur d'autres sports nous inquiètent plus, car la concurrence pourrait être rude. Nous proposons un spectacle de qualité, sur des hippodromes bien agencés qui, dans les grandes villes, représentent de véritables poumons verts pour les citadins. Il nous appartient donc de continuer à faire connaître et apprécier le « produit course ». C'est un combat de tous les jours et qui ne cessera jamais.

J.-P. Reynaldo

Les courses au trot sont-elles uniquement parisiennes ?

Isabelle Coltier : Les courses au trot ont pris racine en province il y a plus de 170 ans et elles y sont très populaires. Le GNT, sorte de « Tour de France du trot », que nous organisons chaque année connaît un succès croissant et représente une excellente vitrine pour notre sport. Chaque étape multiplie par trois ou quatre la fréquentation habituelle des hippodromes organisateurs. Le Trophée Vert, le circuit des Trotteurs sur piste en herbe est un second exemple de décentralisation réussie.