

## TRIBUNE LIBRE

**Ouvrons nos hippodromes urbains !**

Par Thibaut Juhen, tête de liste Alliance Galop dans le collège des éleveurs en région n°3 (Île-de-France/Nord/Normandie).



« Je suis né il y a 32 ans dans l'élevage familial animé par ma mère, Michèle Juhen-Cyprès, au contact des chevaux que j'ai appris à faire naître, à nourrir ou soigner et puis que j'ai moi-même élevés. J'ai poursuivi des études de commerce et je développe aujourd'hui de l'immobilier d'entreprise

pour un promoteur en Île-de-France avec l'élevage et les courses toujours dans un coin dans ma tête.

Les amis que j'ai rencontrés au fil de mes études ne sont pas tous intéressés par les courses et l'élevage. Grâce à eux, en les initiant moi-même, j'ai pu découvrir la façon dont nos activités étaient perçues par une partie du public, une partie dans laquelle nous recrutons traditionnellement les propriétaires qui ont fait le succès des courses en France.

J'ai aussi pu m'intéresser à la façon dont les hippodromes pouvaient séduire cette clientèle, plus particulièrement dans les villes, où la concurrence est rude, et le public friand de nouvelles expériences.

Je souhaite aujourd'hui m'impliquer dans la vie du galop français pour mettre en pratique ce que j'ai pu observer et apprendre au fil des années. C'est la raison de mon engagement sur la liste Alliance Galop dans le collège des éleveurs sur la région Île-de-France/Nord/Normandie.

Travailler efficacement à attirer davantage de public sur les hippodromes urbains relève avant tout du bon sens.

Il faut d'abord faire confiance aux acteurs locaux, au terrain. On ne peut pas commercialiser le Grand Cross de Dieppe comme le Prix de l'Arc de Triomphe ! La portée de chaque événement et son positionnement sont différents. La recette-miracle adaptée à tous les usages n'existe pas, mais la connaissance du tissu social local existe bel et bien.

Ensuite, il est vital d'ouvrir les hippodromes tout au long de l'année, et diversifier non seulement ses revenus, mais aussi son public. En ville, les espaces verts de cette taille sont souvent recherchés. Ils se prêtent à de nombreux usages. Nous nous devons d'être proactifs, imaginatifs et d'aller à la rencontre de ceux qui sauront se servir de ce que nous avons. Le public qui viendra pour son activité favorite pourra plus facilement s'intéresser aux courses s'il connaît le chemin de l'hippodrome. Les aménagements profiteront aussi à l'accueil les jours de courses. C'est enfin un signe positif envoyé aux municipalités.

Troisièmement, il faut s'adapter à notre époque. Comme le dit le programme d'Alliance Galop, le monde a changé, c'est à nous de nous adapter. C'est encore plus vrai dans les métropoles.

Les JeuXdi de ParisLongchamp ont touché un large public car leur positionnement chez les jeunes cadres, en dehors des horaires de bureaux, et le concept élargi aux concerts et aux guinguettes, sont tous deux excellents. Cette recette ne peut pas marcher partout mais elle indique la "bonne pratique", la démarche à adopter pour sortir de son entre-soi.

Cela suppose quelques aménagements aussi : cette année, par exemple, le dimanche du Grand Steeple, une fête dans les balances était organisée. C'est très bien, mais quel salarié fera la fête un dimanche à Auteuil après les courses alors qu'il bosse le lendemain à 8 heures ? Le samedi soir, c'est différent !

L'allocation la plus productive à distribuer, le meilleur "encouragement" pour l'avenir, c'est peut-être celui que l'on réserve au public !

Dans chaque grande ville, l'hippodrome doit être exploité au maximum. Faisons des appels à projet. Dans le secteur immobilier à Paris, que je connais bien, les manifestations "réinventer Paris" ont permis à multiples acteurs de réinvestir des lieux en voie de marginalisation ! La société civile est la mieux placée pour nous révéler la valeur immobilière de nos hippodromes, et les courses en sortiront grandies.

Enfin, il faut aujourd'hui donner du sens à l'expérience. On s'amuse aux courses, et c'est tant mieux, mais le public a désormais besoin de sens. Ça tombe bien car les fondamentaux de la filière hippique sont, objectivement, en adéquation avec notre époque : ils contribuent à la préservation du bocage français et de la ruralité, ils nécessitent une attention à l'animal que peu d'autres pratiques rendent à ce point essentielle, et notre activité entretient une forte demande d'emplois non délocalisables. Les futurs socioprofessionnels, les spectateurs et même les parieurs cherchent à donner du sens à leur investissement, à leur divertissement ou à leur pari. Ouvrons-nous et assumons-nous ! Tous les acteurs de la filière ont un rôle à jouer dans cette communication. Nous avons des droits mais aussi des devoirs.

Je souhaite m'engager pour le faire savoir avec les autres candidats Alliance Galop de ma génération. »



Téléchargez  
la liste des agents  
de jockeys

Cliquez [\[ici\]](#)