

## Conseil d'Administration

### Mercredi 2 Mars 2016 • Astorg

## UN MEETING RÉUSSI & POPULAIRE

A quelques jours de la clôture, les membres du Conseil d'administration ont pris connaissance du premier bilan du Meeting d'hiver 2015/2016 contenant les données techniques, financières ainsi que les résultats de fréquentation au cours des principales réunions.

Avec cinq réunions de plus, les enjeux progressent de 4,6%, à l'issue de la réunion du dimanche 28 février et de 2 % par rapport aux prévisions budgétaires établies sur des données comparables. La dynamique des enjeux et l'attractivité du programme proposé, constatées dès les premières semaines, se sont poursuivies au cours du mois de janvier et de février, avec les grands rendez-vous sportifs et les épreuves de la Triple couronne en particulier. Les enjeux ont en effet fortement progressé sur les réunions du Prix d'Amérique Opodo, du Grand Prix de France et du Grand Prix de Paris (respectivement +14,7%, +9,5% et +6%).

Même si les résultats des enjeux pris sur l'hippodrome restent négatifs après un Meeting de 4 mois, l'ouverture de l'Hippodrome Club et la mise en place de terminaux mobiles ont accéléré la transformation du parcours client initiée en septembre 2015. Les enjeux ont notamment progressé de 2,54% le jour du Prix d'Amérique Opodo et de 0,5% à l'occasion du Grand Prix de Paris.

Les bons résultats des enjeux ont été obtenus grâce à un nombre de partants en hausse (13,42 contre 13,28). Le nombre moyen de partants dans les épreuves support du pari événement est de 16,40 (79 occurrences à date).

Plus de 120.000 personnes sont venues sur l'hippodrome de Vincennes au cours du meeting : une fréquentation en légère baisse en raison du contexte particulier lié notamment, pour la première partie du meeting, aux attentats à Paris en novembre 2015, sans oublier les aléas climatiques qui influent fortement sur la fréquentation.

Sur le plan sportif, l'engouement du public pour le cheval BOLD EAGLE sur l'hippodrome, massivement relayé sur les réseaux sociaux, a contribué à la notoriété d'un meeting jugé comme réussi et populaire.

L'activité digitale autour du Meeting d'hiver a été intense, via le lancement au mois de décembre du nouveau site letrot.com : plus de 1.300.000 visiteurs ont été comptabilisés et 1.686.607 vidéos ont été consultées, notamment 18.700 vidéos de courses par jour en replay.

Les résultats du PMU à l'international (import et export) pour l'année 2015 ont été présentés : la prise de paris à l'étranger représente un relais de croissance important, en complément des enjeux collectés en France.

Par ailleurs, Isabelle COLTIER-SPIRA, Directrice Marketing & Communication, a fait un point d'avancement sur les travaux du Marketing commun des courses. Les propositions à date concernant la retransmission des courses hippiques à la télévision ont été présentées en détail, tenant compte des avancements et précisions apportés depuis la dernière réunion du Conseil en février.

Sur proposition de la Commission de la Province, une actualisation de la catégorisation des hippodromes va être étudiée en 2016. Le calendrier des réunions premium sera appréhendé lors de rencontres avec les Conseils régionaux du trot de chaque Fédération, en vue d'apporter des adaptations en 2017.

La Commission du bien-être animal, dont le Président Eric FREMIOT a été réélu, a émis plusieurs propositions qui seront transmises à la Commission des Programmes et du Code, notamment pour l'usage de la cravache dans les courses au trot monté.

Enfin, le Conseil a acté l'organisation en 2016 de la *Journée des Bénévoles* et de la *Journée des Propriétaires* qui auront lieu au mois de septembre sur l'hippodrome de Vincennes.