



GÉNÉRATION GALOP

PRÉSENTE



MON HIPPODROME IDEAL

selon

Axelle Maitre

Secrétaire Général de l'hippodrome de Clairefontaine

ACTE I : Une offre complète et rythmée

Ce que je cherche à offrir au public de notre hippodrome, c'est une expérience d'une journée. Qu'il leur soit proposé des occupations, des lieux de restauration, des prises de paris simples et faciles depuis un smartphone/tablette (sur le réseau local), un spectacle, de 10h à 18h. Qu'aller aux courses soit assimilé à se rendre dans un parc d'attractions autour du cheval, où les parents savent qu'ils pourront occuper leurs enfants du matin au soir. Ainsi les courses viennent s'imbriquer dans le timing de leur journée.

Une fois dans l'enceinte, je veux les tenir au courant du déroulement, que leur mobile les informe du programme du jour, qu'une alerte leur indique de se rendre au rond de présentation car les chevaux viennent d'entrer, que la prochaine course commence, ou qu'il ne reste plus que quelques minutes pour participer au prochain jeu d'entre-deux courses. Et surtout les écouter et mesurer leur degré de satisfaction via une simple borne placée à la sortie par exemple.

Il est primordial d'éduquer et d'accompagner les spectateurs, que cela soit pour leur faire comprendre le fonctionnement des courses, leur montrer ce qui est à voir ou à faire, ou leur donner des conseils de jeu. Un animateur partageant les coulisses, interrogeant des professionnels disponibles et ouverts, fait toute la différence ! C'est l'expérience globale offerte qui fait revenir nos visiteurs sur l'hippodrome.

ACTE II : Une identité claire et des hippodromes catégorisés

Je suis persuadée que les hippodromes gagneraient à partager une identité commune et claire, avec un logo harmonisé et un système de fers à cheval indiquant la catégorie à laquelle un hippodrome appartient, c'est-à-dire les services disponibles sur-place (cf. Carrefour Market vs Carrefour City ou vs Carrefour : une même enseigne pour une offre différenciée).

Je rêve d'une signalétique extérieure forte et ancrée dans la ville : qu'un hippodrome soit un lieu de tourisme incontournable. Qu'il figure sur les applications GPS comme waze et informe les visiteurs de sa présence sur leur route ou dans les environs comme c'est le cas pour les stations services.

Puis, au sein de l'hippodrome, que des panneaux éducatifs et interactifs soient visibles pour chaque endroit et personnes clés associées (écuries & personnel ; rond de présentation, entraîneurs & jockeys ; tribunes & propriétaires, guichets & paris ; etc.), permettant de partager le savoir-faire et les connaissances des courses. Que les intervenants de l'hippodrome soient clairement identifiés par leur tenue (les hotesses d'accueil, les assistants au pari, les vétérinaires, etc.)

Enfin, un hippodrome idéal doit refléter son empreinte locale, que les spécialités soient présentes, que les acteurs soient associés et participent à l'animation d'entre-deux-courses, que les journées soient thématiques... Nous devons être visibles et lisibles pour être vus, compris et fréquentés !

A.M.

Venez construire votre hippodrome idéal

le 23 août 2017 à 19h30

au golf de Deauville Saint-Gatien

Connolly's
RED MILLS
SINCE 1908

+ d'infos sur



Je m'inscris !

WWW.GENERATIONGALOP.COM