

DERNIÈRE HEURE

Trot : le Grand Prix d'Amérique veut séduire avec de nouveaux sponsors

Opodo, l'agence de voyages en ligne, Harley-Davidson et Aufeminin s'associent à ce championnat du monde de trot attelé.

Christophe Palierse
cpalierse@lesechos.fr

À l'instar des diverses caméras qui filmeront l'édition 2015 du Grand Prix d'Amérique, qui se déroulera ce dimanche après-midi sur l'hippodrome de Vincennes, cette épreuve peut être analysée sous plus d'un angle. Sur le plan hippique d'abord, cette course, qui remonte à 1920, reste le championnat du monde de trot attelé avec – sur une distance de 2.700 mètres – les 18 meilleurs trotteurs du moment, mâles ou femelles, âgés de 4 à 10 ans. La course apparaît d'ailleurs particulièrement ouverte, comptant pour favoris Up And Quick, deuxième en 2014, Texas Charm, qui n'avait pas pu participer l'an dernier, Timoko ou Roxane Griff.

Course la mieux dotée de sa discipline en France (et la deuxième au monde), avec une enveloppe de 1 million d'euros, le Grand

Prix d'Amérique est aussi un moment phare s'agissant du pari hippique dans l'Hexagone avec, bon an mal an, un cumul d'enjeux de quelque 20 millions d'euros, selon le PMU. À l'heure où le secteur est sérieusement affecté par la crise, ce sommet dominical n'est donc pas anodin.

« Positionnement grand public »

Son organisateur, la société mère des courses au trot communément appelée Le Trot, a remis à plat sa politique marketing pour accentuer davantage son « *positionnement grand public et populaire* ». « *On avait un positionnement très statutaire* », observe sa directrice du marketing et de la communication, Isabelle Coltier-Spira. L'édition 2015 est ainsi marquée par le retour d'un sponsor titre et ce pour trois ans. Il s'agit d'Opodo, d'où l'appellation « Prix d'Amérique Opodo ». L'agence de voyage en ligne, qui comble un espace laissé vacant depuis le retrait de Marionnaud, avait déjà tâté le terrain l'an dernier en tant que partenaire du jour J. « *On a été séduit en mesurant l'ampleur de la ferveur populaire. En outre, nous avons des éléments communs : le Prix d'Amérique, c'est prestigieux et très populaire. Opodo propose de beaux voyages au*

meilleur prix », explique le responsable partenariats d'Opodo France, Matthieu Dubois.

Parmi les neuf « partenaires officiels », deux autres marques illustrent cette volonté d'être à la fois populaire et moderne : Harley-Davidson d'un côté, et Aufeminin de l'autre. Le mythique constructeur de motos américain alimentera la dimension festive et populaire de l'événement hippique. Ses engins seront en nombre lors de la grande parade d'ouverture. La présence de l'éditeur de contenus, très actif sur Internet, témoigne de l'ouverture du « *monde des courses aux femmes* », souligne Isabelle Coltier-Spira. Pour Le Trot, il s'agit de « *redynamiser l'attractivité du produit courses en mettant davantage l'accent sur sa dimension loisirs* ». Ce qui renvoie aussi à l'univers « digital » pour des courses et des paris « click and mortar ».



La course, la mieux dotée de la discipline en France avec une enveloppe de 1 million d'euros, est aussi un moment fort pour le pari hippique, avec un cumul d'enjeux de quelque 20 millions d'euros. *Photo Kenzo Tribouillard/AFP*