



# New Events

L'agence de promotion et de communication  
des jockeys et des drivers  
professionnels

## Dossier de présentation

**110, rue la Boétie  
75008 Paris  
Tél.: 01 56 88 23 80  
Fax : 01 56 88 23 89**

[new.events@tiscali.fr](mailto:new.events@tiscali.fr)

# Sommaire

## **I. Un monde hippique en pleine évolution**

1. La passion du sport et du jeu
2. Une activité économique à part entière
3. Une couverture médias exceptionnelle
4. Des cibles en évolution : des publics plus jeunes, plus féminins et plus haut de gamme

## **II. Les courses hippiques sont à la mode !**

1. La mode est cavalière
2. Le cheval est le symbole des temps modernes
3. Un grand sport spectacle et de loisirs pour tous
4. Un sport ouvert aux femmes depuis 1991
5. Les valeurs de l'entreprise sont encouragées
6. Les principes de l'environnement et de l'écologie sont respectés
7. Les entreprises sont de plus en plus présentes
8. La dimension internationale des courses
9. Interview de Michel DENISOT, directeur général adjoint de Canal +

## **III. Faire connaître le sport hippique : médiatiser les jockeys !**

1. Profession jockey : un athlète international de haut niveau !
2. Quelques portraits de jockeys (présents au prix de Diane)
3. Les meilleurs jockeys et drivers

#### **IV. Les différentes disciplines**

#### **V. Agenda : Les prochains grands prix**

#### **VI. Les objectifs de l'agence New Events**

1. Le rôle de New Events : un concept novateur !
2. Des missions spécifiques et ciblées
3. Les projets de New Events :  
Faire monter en puissance la notoriété individuelle et collective des meilleurs jockeys et drivers !

#### **VII. Les références presse**

#### **VIII. Des idées de sujets pour la presse, écrite, lue et parlée**

## **Pour la première fois de l'histoire, les jockeys et les drivers ont décidé de sortir de l'ombre... Ils sortent de leur numéro !**

Avec 2 millions de téléspectateurs (Canal + en clair, la chaîne du cheval, TF1, Equidia), de nombreux lecteurs auditeurs de presse (titres spécialisés, radios, sites internet), les courses passionnent des millions de personnes.

Pourtant, les courses hippiques souvent associées péjorativement aux seuls jeux d'argent, ne bénéficient pas de la reconnaissance et de l'image remarquable d'un sport spectacle de grande compétition, tel le football, le tennis, le rugby ou encore le cyclisme...

La France fait figure de parent pauvre par rapport aux succès médiatiques rencontrés par ses acteurs en Angleterre, au Japon ou encore aux Etats-Unis.

C'est pourquoi l'agence **News Events** a pris le parti révolutionnaire de faire évoluer les mentalités en mettant en lumière, sur le devant de la scène, les meilleurs représentants des courses hippiques, les vainqueurs au départ et à l'arrivée que sont « les jockeys et les drivers ». Ses objectifs :

- Assurer la promotion et la valorisation de la dimension humaine des courses
- Faire connaître individuellement et collectivement ces athlètes de très haut niveau
- Obtenir la reconnaissance de ce sport, moderniser son image, le rendre familier, accessible à tous.

### **I. Un monde hippique en pleine évolution**

#### **1. La passion du sport et du jeu**

- Les courses ont pris leur véritable essor au XVII e siècle mais c'est au XIX e siècle qu'elles ont adopté leur forme actuelle.
  - 10 000 courses de trot et 6 400 courses de galop se déroulent dans les hippodromes français. Nombreux sont les spectateurs !
  - 6,5 millions de personnes, soit 1 français sur 7, sont passionnées par les courses et s'y intéressent au moins une fois par an.
  - 1 million de personnes s'intéressent au couple cheval-jockey au moins une fois par semaine.
  - Pas moins de 6,5 millions de français jouent aux courses une fois par mois.
  - En 2002, 6,5 millions de parieurs ont joué sur 5.261 courses, dont 271 courses à évènement.
  - Les joueurs se rendent dans les 8 000 points de vente du PMU dans lesquels sont proposés 12 types de paris différents.
  - Les courses représentent 6,17 milliards d'euros d'enjeux par an, en progression de 6,5 % par rapport à l'année passée, dont plus de 70 % sont redistribués aux parieurs et environ 6% à la filière hippique française.
- \*Source PMU

## 2. Une activité économique à part entière

- Les courses font vivre près de 120.000 personnes : 1700 salariés du PMU, 50 000 employés des guichets et le monde des écuries et des haras
- En 2002, les français ont dépensé 6,5 milliards d'euros au PMU
- Le chiffre d'affaires du PMU est de 20,7 milliards d'euros généré par la prise de paris sur 63 Courses Internationales \*source PMU

## 3. Une couverture médias exceptionnelle

- Chaque jour, 2 millions de téléspectateurs regardent les courses sur les chaînes :
  - **Canal plus**
    - Diffusion du Quinté + depuis septembre 2001
    - 30 minutes en clair et en direct, 6 jours sur 6
    - Reportages inédits et interviews exclusives
  - **TF1**
    - 2 minutes à 20h40, à une heure de grande écoute, retransmission de la plus grande course du jour
  - **Equidia, la Chaîne du cheval**
    - 5 heures de direct par jour, 2 500 heures de direct par an et 850 000 téléspectateurs
- **Ils sont nombreux à acheter et à consulter :**
  - La presse spécialisée quotidienne et presse magazine (Paris Turf, Tiercé magazine, Stato, Week-end, Paris Courses etc.), les radios (RTL et Europe 1) et les sites Internet
- **Ils se remémorent :**
  - La campagne publicitaire télévisuelle « c'est déjà une victoire d'être au départ » réalisée en noir et blanc en 2002 pour valoriser les courses hippiques en tant que sport de haute compétition
  - La campagne publicitaire du PMU : Un cheval rentre par la fenêtre de votre appartement ...

## 4. Des cibles en évolution : des publics plus jeunes et plus féminins

- **Répartition homme/femme**
  - 4 joueurs sur 10 sont des joueuses
  - 2,6 millions de femmes sont des joueuses
- **Age**
  - 1/3 ont moins de 35 ans
  - Plus de la moitié des joueurs a moins de 50 ans
  - 26 % des joueurs se situent dans la tranche d'âge 18/34 ans, ce qui représente 1,7 million de personnes
  - 30 % sont âgés de 35 à 49 ans, soit 2 millions de personnes
- **Répartition des joueurs (ses) selon leur CSP**
  - 17 % sont employés
  - 20 % sont ouvriers
  - 29 % sont retraités
  - 12 % sont cadres moyens et supérieurs

\* Sources PMU Novembre 200

## **II. Les courses hippiques sont à la mode !**

### **1. La mode est cavalière**

- Les sacs des grands couturiers, les bottes de cheval, les pantalons bouffants séduisent les femmes des villes
- Le style vestimentaire du jockey est un habit de lumière aux couleurs festives et chatoyantes de soies multicolores qui suscitent l'admiration

### **2. Le cheval est le symbole des temps modernes**

- L'époque est androgyne ! Le cheval réunit le symbole masculin (puissance, performance, richesse, exploit) et féminin (la crinière, la croupe). Le jockey porte ses valeurs de mixité.
- Il reste le symbole des grands voyages, de la vitesse et ami de l'homme dans ses exploits.

### **3. Un grand sport spectacle et de loisirs pour tous**

- Les courses hippiques longtemps considérées comme « sport des rois », sont devenues un jeu et un spectacle populaire (95 % des gens aiment le cheval).
- Les courses hippiques attirent et réunissent des personnes de toutes origines, de toutes tranches d'âges, de toutes classes sociales et de tous milieux professionnels confondus.
- L'image de ce sport se revalorise : elle est populaire et branchée : les courses hippiques sortent des jeux d'argent. On redore leur blason.
- « Passion, sensation, émotion » sont au rendez-vous des courses pour la joie des petits et des grands... Les organisations de manifestations, d'animations ludiques et conviviales sur les hippodromes sont de plus en plus nombreuses. Les coulisses des courses sont un univers magique !

### **4. Un sport ouvert aux femmes depuis 1991**

- Les écoles de jockeys et drivers ont ouvert leurs portes aux femmes en 1991. Les femmes jockeys y font des prouesses !

### **5. À travers les jockeys, les valeurs de l'entreprise sont encouragées**

- Motivation, compétition, performance, combat, volonté, soif de gagner et de vaincre, sport et travail d'équipe entre professionnels (propriétaires, entraîneurs, éleveurs, lads, vétérinaires, etc.) sont mis en exergue.

## **6. Les principes de l'environnement et de l'écologie sont respectés**

- Les 250 hippodromes français sont devenus les poumons verts des villes où l'on aime aller se promener, regarder un spectacle, jouer, tout en restant en famille.
- La considération des chevaux est la plus grande : Le cheval n'a plus une utilisation économique (guerrière, agricole, ou de déplacement), le cheval est devenu un compagnon de loisirs.
- La nature est mise en valeur : les espaces verts sont propres, entretenus et fleuris.
- Sous l'égide du Ministre de l'agriculture, les courses sont un moyen de sélection et d'amélioration génétique de l'amélioration des différentes races des chevaux. Elles sélectionnent les plus rapides.

## **7. Les entreprises sont de plus en plus présentes**

- Elles parient sur les hippodromes pour organiser leurs opérations de relations publiques : leurs conventions, leurs lancements de produits, des défilés, des salons professionnels, les spectacles, les concerts, les comédies musicales, etc.

## **8. Les courses hippiques ont une dimension internationale**

- La France rayonne dans tous les grands tournois internationaux qui se déroulent partout dans le monde : Japon, Etats-Unis, Emirats arabes unis, Hongkong, en Europe (Allemagne, Italie, Angleterre), etc.
- Dans ces pays, les jockeys et les drivers bénéficient d'une grande reconnaissance médiatique. Ils sont considérés telles des idoles et des stars.
- La très grande qualité de l'élevage français, considéré parmi les meilleurs, le professionnalisme des propriétaires, des entraîneurs et du personnel des écuries sont à l'étranger de notoriété publique.

## **9. « On parle de plus en plus des courses ! » Interview de Michel DENISOT, directeur général adjoint de Canal +**

- « Dans le fonctionnement et la gestion d'une écurie, ça ressemble beaucoup à une équipe de foot. On a traité les courses comme un sport. On souhaite mettre la compétition en valeur. »
- « Les courses ont attiré des gens qui, d'ordinaire, ne regardaient pas canal. C'était une des raisons qui a motivé notre intérêt. Il arrive aujourd'hui que le Quinté + du dimanche fasse autant d'audience que le « vrai journal de Karl Zéro. »
- L'image des courses évolue bien. Il y a un mouvement de fond qui est bien parti et à un moment donné, ça va se déclencher. Cela peut devenir un truc de mode. Il faut aussi que le traitement des médias évolue. Mais tous seuls, on n'arrivera pas à redresser l'image des courses. »
- \* Extraits de l'interview parue dans le journal Paris Turf le mardi 18 avril 2003

### III. Faire connaître le sport hippique : médiatiser les jockeys !

#### 1. Profession jockey : un athlète de haut niveau !

- **Une sélection impitoyable**

Si les haras (élevages) sélectionnent les meilleurs chevaux, les écoles sélectionnent les meilleurs compétiteurs : parmi les 1 000 jockeys en France, ils sont moins de 50 après 4 ans d'école à monter les plus grands chevaux de courses.

- **Restriction/compétition : l'école de l'exigence et de la discipline**

Le sport hippique exige autant d'efforts physiques et de sacrifices que tout autre grande discipline. À l'image d'un footballeur ou d'un basketteur, le jockey allie des qualités techniques (la " main "), intellectuelles (sens tactique) et physiques. Métier à hauts risques où les chutes et les accidents sont nombreux, le jockey doit faire preuve de rigueur physique ou mentale. Le courage, l'abnégation, la dextérité, l'intelligence et le travail sont des valeurs indispensables au couple cheval-jockey pour se sublimer et aller ensemble à la victoire.

En effet, les contraintes physiques, de poids, d'hygiène de vie et d'entraînement sont draconiennes. Un jockey ou un driver, qui conduit tel un pilote de formule 1, 500 à 800 chevaux par an en voyageant d'un hippodrome à l'autre en France et à l'étranger mène un combat quotidien. Grande star au Japon, en Angleterre, ou aux Etats-Unis, il mérite sur le plan humain la même reconnaissance de ses talents et de ses performances en France.

#### 2. Portraits de jockeys présents au Grand prix de Diane le 8 juin 2003

- **Olivier Peslier**

Vainqueur de 1800 courses, Le palmarès d'Olivier Peslier est impressionnant !

3 fois vainqueur du prix de l'Arc de Triomphe, quadruple cravache d'Or (1996, 1997, 1999, 2000), 2 fois champions du monde, Olivier Peslier, âgé de 30 ans est un jockey de plat hors pair. Sa carrière a démarré très vite et fort !

Remportant déjà les courses des concours de poneys en Mayenne, dans sa région natale à l'âge de 11 ans, il devient en 1991, le meilleur apprenti de France. En 1993, il gagne le groupe I avec « Le Ballafré » dans le prix Jean Prat. En septembre de la même année, il devient premier jockey pour la famille Wildenstein, entraîné par le talentueux André Fabre.

Il poursuit ses exploits en gagnant de nombreuses courses au Japon (où il passe 3 mois chaque hiver), en Irlande, en Angleterre, où il remporte de prestigieuses courses. En 1998, il remporte le célèbre prix du Jockey Club. Aujourd'hui, il monte les chevaux des propriétaires, les frères Wertheimer (société Chanel) près de Chantilly.

*« Entraînements intensifs, qualités mentales et physiques, discipline de vie sont les qualités essentielles pour gagner ...  
Je déteste être deuxième à l'arrivée ! »*

Passionné par son métier, par les films d'action et d'aventure, aimant jouer au « paintball » où il retrouve les valeurs chères à la compétition, manquant de temps à consacrer à son épouse et à ses filles de 7 ans et 9 mois, Olivier n'a pas fini de nous étonner. Cet homme-là, qui voyage autour du monde pour participer aux plus grands prix, est toujours en course !



## • **Christophe Soumillon**

À 21 ans, Christophe Soumillon est l'un des jockeys les plus prometteurs de sa génération.

Après quelques premières courses d'entraînement sur des poneys lui donnant dès son plus jeune âge l'amour du cheval, voilà 6 ans que Christophe est rentré dans le métier...

L'école des jockeys, il la connaît bien pour l'avoir apprise avec son père, lui-même ancien jockey professionnel... une filiation propre à lui apprendre toutes les ficelles du métier pour devenir le meilleur. Faisant partie du groupe I à 19 ans, il remporte la veille de son anniversaire le prix du jockey Club. Entraîné par le renommé André Fabre, il est depuis l'année passée, le premier jockey de l'Altesse S. Aga Khan.

*« Tout se passe bien pour moi, les grands professionnels me font confiance ! ».*

Passionné par les sports à hautes sensations (karting, motos et voitures de sport), Christophe sait que l'essentiel est de maintenir une grande discipline (il ne boit pas, il ne fume pas), de rester équilibré, et toujours concentré. Ses rêves ? Remporter de nombreux challenges : gagner la course très convoitée du prix de l'Arc de Triomphe, et naturellement devenir cravache d'or. Voyageant beaucoup dans le monde, il puise ses ressources auprès de sa famille, de son père, son coach préféré. Christophe, s'il n'a pas encore de compagne s'entoure dans sa maison de Chantilly de 6 chiens et d'un perroquet.

Il est en effet un amoureux de la nature et de voyages dans les îles « paradisiaques » !

### **3. Les meilleurs jockeys drivers**

#### • **Au Trot**

- Jean-Michel BAZIRE, 30 ans, numéro 1 du trot, 1350 victoires
- Pierre VERCRUYSSSE, 38 ans, numéro 2 du trot, 850 victoires

#### • **Au plat**

- Olivier PESLIER, 31 ans, numéro 1 du plat
- Christophe SOUMILLON, 21 ans numéro 2 du plat,
- Patrice-Christophe LEMAIRE, 22 ans, meilleur espoir du plat
- Dephine SANTAGIO, jeune fille de 22 ans, 100 victoires en plat
- Thierry THULLIEZ, 30 ans, 412 victoires en France en 2002

#### • **En obstacle**

- Christophe PIEUX, 34 ans, numéro 1 du saut d'obstacle
- Thierry DOUMEN, 23 ans, 120 victoires

#### IV. Les différentes disciplines

- **Le galop**
  - **Le plat**

Les distances s'étendent de 800 à 4 000 mètres  
Les chevaux portent le poids du jockey et de la selle (de 50 à 65 kgs)
- **L'obstacle**

Les distances s'étendent de 2 800 à 6 500 mètres  
On distingue les courses de haies (obstacles identiques), le steeple-chase (4 obstacles différents), le cross (obstacles naturels)  
Les chevaux portent le poids du jockey et de la selle (de 61 à 75 kgs)
- **Le Trot**
  - **Le trot monté**

Le cheval est monté comme pour les courses de galop
  - **Le trot attelé**

Le cheval est attelé à un sulky et mené par un driver

#### V. Agenda : les prochains Grands Prix

- **Le Grand Steeple-Chase de Paris le 25 mai 2003** à Auteuil est une course de 23 obstacles sur une distance de 5 800 mètres.
- **Le Prix du Jockey club à Chantilly le 1<sup>er</sup> juin 2003** est une course de 2 400 mètres réservée aux meilleurs poulains de 3 ans. 10 000 spectateurs sont attendus.
- **Le Prix de Diane Hermès le 8 juin 2003**, à Chantilly est une course de 2100 mètres réservée aux meilleures pouliches de 3 ans. 25 000 spectateurs seront présents.
- **Le Prix du Président de la République le 22 juin 2003** est une course de fond à Longchamp.
- **Le Prix Morny Casinos Barrière de Deauville le 31 août 2003** est une course à laquelle participe les meilleurs yearlings d'un an.
- **Le Prix de l'Arc de Triomphe Lucien Barrière les 5 et 6 octobre 2003** à Longchamp met en compétition les Pur-Sang les plus rapides sur la distance classique de 2 400 mètres. 35 000 spectateurs attendus.

## VI. Les objectifs de l'agence New Events

### 1. Le rôle de New Events : un concept novateur !

Agence de communication spécialisée dans les courses hippiques, **New Events** gère depuis 2001 quotidiennement l'image des jockeys et des drivers. Son rôle est de :

- Promouvoir et revaloriser l'image et la dimension sportive et humaine des courses hippiques.
- Accroître la notoriété des jockeys et des drivers
- Contribuer à la reconnaissance médiatique due à leurs grandes performances physiques et à leurs talents de sportifs de grande envolée
- Promouvoir leurs intérêts en gérant leur image
- Convaincre les entreprises d'associer leur image à des champions de compétition
- Médiatiser distinctement les jockeys et drivers qui représentent 3 disciplines du sport hippique
- Démocratiser ce sport auprès du grand public : le cheval de course n'est plus le symbole de la noblesse et de la monarchie ; Les courses hippiques ne sont pas non plus réservées aux seuls turfistes !

### 2. Des missions spécifiques et ciblées

#### • Les relations médias

- New Events négocie les droits à l'image des jockeys et des drivers utilisés par les médias. L'agence vérifie et contrôle l'image véhiculée par la presse.
- Elle s'occupe de gérer leurs relations avec tous les supports de presse.

#### • Les actions de sponsoring

- Les courses hippiques représentent, avec le football, le sport le plus médiatisé (Télévision, presse grand public et spécialisés, radios, sites internet). Naturellement, New Events propose la présence publicitaire de grandes marques en exclusivité sur la casaque ou le pantalon d'un jockey ou driver.
- « France-Soir » et « Play-station » sont les principaux sponsors présents. La signature de nouveaux contrats avec de grands annonceurs est en cours.

#### • Les actions de relations publiques

- Organiser des manifestations de relations publiques pour faire découvrir le monde des courses au grand public et aux entreprises par les meilleurs professionnels
- Favoriser leur rencontre avec leurs champions, dévoiler les coulisses des courses (découverte des écuries, soin des chevaux, entraînement, etc.)

- **L'encouragement de la ligne téléphonique de promotion de « New courses » (0.34/min - 24Hsur 24H - 365jours/an)**

« New Courses » est un serveur audiotel, sur lequel les auditeurs retrouvent les meilleures chances de victoire, les coups de cœur, les chevaux à suivre conseillés par des meilleurs professionnels (jockeys, drivers et entraîneurs)  
Elle permet de créer un échange véritable et personnalisé entre les auditeurs et leurs champions. Il s'agit de retrouver une information claire et juste sur :

  - Des pronostics sur le Quinté + et le Multi,
  - Converser sur un forum en direct avec un consultant
  - Les arrivées et rapports
  - Choisir des objets à l'effigie de leur champion
  - Laisser des suggestions.
  
- 3. **Les projets de New Events : faire monter en puissance la notoriété individuelle et collective des meilleurs jockeys et drivers !**
  - **La création d'un site internet (prévu au mois de septembre)**  
Véritable vitrine des jockeys et drivers professionnels, le site permettra aux internautes de retrouver toute l'information concernant l'actualité des courses hippiques vue par leurs champions : les courses dans le monde, les pronostics, des jeux et des animations, des challenges et des prix à gagner, etc.
  - **L'organisation de partenariats avec des radios et la presse**
    - Pour les faire connaître du grand public, expliquer et faire connaître leurs métiers, leurs disciplines et leurs passions.
    - Organiser des rendez-vous réguliers (forum, interviews, etc.) avec les meilleurs jockeys et drivers.
  - **L'organisation d'actions de médiatisation des champions en dehors des champs de courses**
    - Pour améliorer leur notoriété et leur image.
    - Inviter les champions à participer à des émissions de télévision grand public, à être interviewés dans la presse, etc.
  - **Le développement d'actions publicitaires, de marketing et de merchandising**
    - Inviter les marques des grandes entreprises françaises (univers cosmétique, alimentaire, beauté, santé, forme, sport, etc.) à associer leurs noms et leur réputation à celui d'un champion de courses
    - Personnaliser la relation d'un supporter avec son jockey ou son driver favori
    - Créer des produits dérivés (vêtements, objets publicitaires, etc.) à l'effigie de leur champion favori

## VII. Références presse

- **“Exclusif”** de **TF1**, sujet sur le Grand steeple Chase de Paris (Mai 2001)
- **« Journal de 20h00 »** de **TF1**, interview de Thierry DOUMEN, jockey d’obstacle au grand Steeple-Chase de Paris au (Mai 2001)
- **« Émission “7 à 8” »** de **TF1**, reportage sur le jockey d’obstacle Thierry DOUMEN dans la course d’obstacle du Grand Prix de Cheltenham en Angleterre (Mars 2001)
- **« Jean-Michel BAZIRE à cœur ouvert »**, de Jean-François PRE, paru dans **Turf Magazine** (Décembre 2001)
- **« L’homme qui aimait le trot »**, portrait de Jean-Michel BAZIRE, le numéro 1 du trot, de Jean-Jacques BOUZONNET, paru dans le **journal Le Monde** (23 Février 2002)
- **« Mehdi HAMDY lance un nouveau concept : le sponsoring entre sur les champs de course »**, paru dans le mensuel économique **Défi** (Avril 2002)
- **« Les drivers qui paient cash »**, Une de couverture, paru dans le mensuel d’actualité hippique **Stato** (Février 2003)
- **« Delphine SANTIAGO : attente et espoir »**, de G.B, paru dans le quotidien **Week-End** (26 mars 2003)
- **« Thierry DOUMEN : de l’ambition à revendre »**, paru dans **Tiercé Magazine** (26 mars 2003)
- **« Delphine SANTIAGO : les secrets de Mademoiselle Quinté + »**, de Jean-François PRE, paru dans **Turf Magazine** (Avril 2003)
- **« Les métiers du cheval »** sur la **chaîne Equidia** : interview et reportage de Christophe SOUMILLON (tournage les 29 et 30 avril 2003)
- **« Sponsoring : les jockeys sautent sur les logos »**, d’Alice d’Orgeval, paru dans l’hebdomadaire **Stratégies** le 16 mai 2003
- **« La course hippique, c’est mon dada, plein de poésie »**, par Eva Bronstein, paru sur le site **e-terview.org/mague** en page d’ouverture (3500 visiteurs uniques par jour), le 19 mai 2003

### VIII. Des idées de sujets pour la presse, écrite, lue et parlée

- Jockey ou driver : les coulisses d'une profession d'un sportif de haut niveau
- Sujet d'ambiance : 24 heures de la vie d'un un jockey lors d'une grande compétition (préparation, environnement familial, sportif, professionnel, etc.)
- Portrait d'une femme jockey
- Reportage de mode sur le thème : « les jockeys sont beaux » : habiller un homme ou une femme jockey dans une tenue de ville
- « Les courses hippiques : un sport nature et un sport spectacle qui nous séduit tous »
- Inviter des personnalités (artistes, intellectuels, acteurs, musiciens, propriétaires d'écuries, entraîneurs, etc.) à évoquer leur passion hippique.
- Les thèmes récurrents : la discipline, l'effort, la santé, la beauté, la forme, l'hygiène, la compétition, le sport d'équipe, la réussite, la compétition sportive, le sport spectacle pour tous, etc.