



Avec le Trot, construisons ensemble notre avenir.



par *Hubert Tassin – Président des P.P.*

Certains ont voulu qualifier la réunion commune des Comités du Trot et du Galop avec les membres de l'assemblée générale du PMU (sociétés de courses régionales premium) «d'historique». N'exagérons rien et évitons de nous gargariser de grands mots. Cette réunion de point d'étape de réflexions marketing des services des trois entités tenue le 11 février était attendue, légitime et au moins symboliquement importante. Elle ne marquera notre institution qu'à la condition d'avoir été un premier pas dans un processus de prises de décisions concrètes et stratégiques qui irait bien au delà du secteur de la communication, du marketing et de l'image.

Il peut sembler évident de dire que le Trot et le Galop sont sur le même bateau et forment un même ensemble. Cela se traduit en particulier au sein de structures communes dont la plus importante est bien sûr leur GIE, le PMU.

Les choses bougent, et, au-delà des évolutions dictées par la crise conjoncturelle, de véritables mesures de restructurations s'imposent et vont

Vendredi 20 février 2015 – N° 65

s'imposer encore davantage aux deux parties. Seul un plan commun et des moyens unifiés permettront une réorganisation réellement optimisée pour engager une nouvelle phase de croissance

Aller au delà de ce premier pas...

Le Comité Stratégique de l'Institution réuni sous la présidence d'Ambroise Dupont et au sein duquel j'ai représenté le Galop aux côtés de Bertrand Bélinguier n'avait pas seulement prévu «de passer de la réflexion stratégique sur un marketing commun, à une définition opérationnelle». Il avait aussi validé un engagement du Trot et du Galop de réduire «de façon conséquente» leurs frais de fonctionnement en retenant parmi les axes «un processus d'achat commun» aux deux sociétés mères et au PMU, et «une rationalisation des systèmes d'information de gestion» de France Galop et de la SECF comprenant «le lancement d'une étude en vue du rapprochement des systèmes informatiques».

La politique d'achat commune a été engagée. C'est un premier pas nécessaire que d'acheter ensemble les gommes et les crayons, suivant l'expression en usage, et plus sérieusement que de négocier en commun des contrats d'assurance, de maintenance, d'achats significatifs, et des espaces publicitaires. Mais cela est évidemment insuffisant. Un vrai plan de restructuration va demander plus d'imagination et plus de vrais changements.

Le Grain de Sel du vendredi

29, rue Claude Terrasse 75016 Paris • Tél. 01 46 21 80 82 • Fax 01 46 21 80 85
associationpp@yahoo.fr • www.lespp.fr



On ne peut que rappeler le temps qu'il a fallu pour rapprocher les moyens informatiques qui gèrent l'exploitation des données pendant les réunions de courses. Il y avait *Hipponet* géré par le Trot, et *Girga* géré pour le Galop. La fusion des deux est chose faite. Il faut aller beaucoup plus loin et le rapprochement des moyens informatiques des deux entités (voire des trois en comprenant le PMU) sera fondateur d'une vraie révolution.

L'informatique dicte finalement l'organisation de la gestion, et cette mise en commun du Trot, du Galop et du PMU serait l'étape qui permettra d'aller vers une large mise en commun des moyens humains.

Pas de fusion, mais un dynamisme nouveau

Qu'on ne s'y trompe pas. La fusion des deux sociétés n'est pas mon propos. J'ai trop conscience des spécificités des deux spécialités, de leur histoire, de leur mode de fonctionnement, des modèles économiques de leurs acteurs, de leurs particularismes, pour imaginer qu'on puisse rayer tout cela d'un trait de plume. Les fonctions «métier» ont toutes les raisons de rester distinctes.

Cependant, l'activité d'organisateur de courses et même une part des missions de société-mère sont proches. Personne ne perdrait de souveraineté en mettant en commun des services fonctionnels du Trot et du Galop, dans une ou des structures communes. La liste n'aura rien d'original: outre la communication et le marketing, les fonctions administratives, les services financiers, les ressources humaines, la gestion des comptes, les contrats de conseils, de concessions,...

Cette organisation aurait naturellement un impact financier bien plus important qu'un plan d'économie séparé au niveau de chacune des entités. Mais les avantages ne sont pas exclusivement comptables, loin de là. Je suis convaincu que rien de vraiment ambitieux ne pourra être fait chacun de son côté. Tout le dynamisme des filières sera renouvelé par la mise en commun de ce qui est commun, en sacrifiant au contraire ce qui ne l'est pas. L'image, les relations avec le monde politique, les réseaux internationaux...Trot et Galop, non plus l'un à côté l'un de l'autre, mais bien ensemble, cela engagera la spirale positive.

La communication: un chantier prioritaire

C'est dans ce contexte qu'il faut prendre comme un point de départ la présentation la semaine dernière des réflexions marketing menées en commun, mais par trois équipes distinctes

La démarche est évidemment bienvenue. J'aurai l'occasion de revenir dès la semaine prochaine sur le fond de ce qui est envisagé, sur un catalogue d'actions toutes indispensables et marquées de bonnes intentions, qu'il appartiendra aux Conseils d'Administration de concrétiser en fixant les priorités dans un cadre budgétaire contraint.

Mais l'objectif pour les deux spécialités de travailler main dans la main est le vrai sujet d'avenir. Il est d'une ampleur plus fondamentale encore.

Si vous ne recevez pas ce bulletin hebdomadaire par mail, il suffit de vous inscrire en nous adressant un courriel à associationpp@yahoo.fr