



Le moteur du « propriétéariat » (4) : Entretenir le feu sacré

Vendredi 1 er septembre 2017



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

Poursuivant l'analyse de l'étude britannique publiée par le *Racing Post* et cherchant les moyens d'inverser la tendance affirmée à la désaffection de trop nombreux propriétaires, il y a un axe intéressant: « Un propriétaire accompagne en moyenne son cheval aux courses cinq fois par an. Dès lors comment communiquer activement avec lui pendant les 360 jours restants? ». Comment entretenir l'idée que le propriétaire reste la pièce maitresse du dispositif en dehors de ces jours merveilleux ou, sur l'hippodrome, il est la vedette du jour? Et même les années ou, malgré ses efforts, il n'a pas de partant.

Car même s'il est ou devrait être reçu royalement sur l'hippodrome le jour ou il a un partant (ce qui serait plus que souhaitable), il faut l'accompagner tout au long de l'année, tout au long d'une année où sa vie de propriétaire ne se limite pas à cinq jours, tout au long d'une année pendant la laquelle il va d'ailleurs payer des pensions pour l'entraînement, le pré-entraînement, l'élevage ou le repos.

L'ère de la communication instantanée

C'est une évidence de dire que toute communication doit maintenant être construite sur les technologies numériques afin d'offrir des informations en temps réel, faciles d'accès et complètes. Mais il aura fallu longtemps pour convaincre notre Institution de cette évidence. Combien de temps nos associations auront-elles dû réclamer la possibilité de voir les vidéos des courses le jour même sur internet? Combien de temps aura-t-il fallu réclamer pour obtenir des accès performants à partir d'applications mobiles sur nos smartphones? Trop longtemps sachant que des progrès et des évolutions sont toujours nécessaires

Il y a de vrais progrès, et singulièrement depuis un an et demi dès lors que le Conseil d'Administration de France Galop en a fixé la priorité. Mais, malgré l'évolution des supports numériques de France Galop et de leurs contenus, malgré l'excellent service d'alerte, il reste pour autant du chemin à faire.

Chaque propriétaire peut à partir du site de France Galop, créer une alerte lui permettant de recevoir un *texto* ou un courrier électronique lorsqu'un engagement, un forfait, une déclaration de partant concerne son ou ses chevaux. C'est parfait. On peut s'appuyer sur cette offre pour aller plus loin. Par exemple, pourquoi ne recevrait-il pas un *sms* ou un mail de l'hippodrome sur lequel il va courir, lui rappelant qu'un salon est à sa disposition, qu'il peut



recevoir sur son téléphone des invitations, lui indiquant les moyens d'accès ? Et un dispositif similaire le lendemain de la course pour le remercier d'avoir participé à une course et, le cas échéant, le félicitant pour son classement ? Aujourd'hui cette démarche s'arrête au gagnant et ce ne doit pas être très compliqué de l'élargir.

Parce qu'un propriétaire est un acteur d'une activité fondée sur le pari, et qu'il est un ambassadeur privilégié de ce loisir, le PMU devrait lui aussi le contacter régulièrement, lui proposer une assistance particulière pour ouvrir un compte, lui faire des propositions de jeux.

S'il est juste de dire que la communication numérique s'est développée à France Galop, elle évolue tellement rapidement qu'il faut en permanence se remettre en cause, évoluer au rythme qu'imposent les mutations perpétuelles.

Entraîneurs et courtiers

A l'évidence, celui qui est le mieux placé pour entretenir ce « feu sacré » est l'entraîneur. C'est lui qui dispose en temps réel, chaque jour, des informations sur la santé du cheval, sur la manière dont il a travaillé, sur les perspectives en matière d'engagements. Là aussi, les pratiques ont évolué. Même de la part d'entraîneurs réputés peu communicants, on reçoit des vidéos des galops du matin filmées par un simple téléphone. De nombreuses start-ups viennent sans cesse proposer des technologies de pointe qui permettent de suivre les informations les plus poussées. Bref, tout existe pour qu'un propriétaire ne le soit plus seulement le jour de la course, mais tout au long de l'année.

Comme le propose le rapport anglais mis en exergue par *Racing Post*, il serait dès lors légitime que, dans la formation des futurs entraîneurs, il y ait un module important de formation aux techniques de communication et que cela fasse partie de l'examen final. Le commercial ne peut être ignoré au seul profit de la gestion ou de la technique d'entraînement.

Les courtiers sont aussi par nature des relais d'informations et des interlocuteurs pour entretenir cette passion. Mais peu de propriétaires utilisent de tels services. L'entraîneur est forcément la pièce maîtresse du dispositif.

Une volonté politique

Lors de son discours de candidat à la présidence de France Galop, Edouard de Rothschild avait évoqué la nécessité de renforcer les moyens du *Département Propriétaires*. La réalité économique est venue limiter cet objectif. Ce n'est pas forcément un mal, car le bénévolat reste le meilleur vecteur de valorisation pour les propriétaires. Des sociétés de courses régionales l'illustrent avec un éclat.

Je le répète ici encore, c'est une question de volonté politique que de replacer le propriétaire au centre des préoccupations. Tous les propriétaires et pas seulement les investisseurs de ventes de Deauville. Celui qui achète un cheval à réclamer est tout aussi important. Voire plus.

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