

Les acteurs des courses doivent dessiner leur propre avenir

Vendredi 11 juin 2021 - N°352



par Hubert Tassin – Président des P.P.

Les rédacteurs des statuts de France Galop avaient souhaité concentrer les décisions au sein d'une instance limitée à 12 membres. Le Conseil d'administration de la société-mère est aussi en charge de représenter les différentes composantes du Galop. Ses membres, élus pour 4 ans par le Comité, ont ensuite, statutairement, peu de comptes à rendre en dehors des quatre séances annuelles du Comité qui joue le rôle d'une assemblée générale.

Cependant, le contexte a bien changé depuis 1995 et, en particulier, dans le domaine de la gouvernance des entreprises. Elle s'est adaptée aux besoins des salariés, des actionnaires, des partenaires économiques et institutionnels (les stakeholders dans le jargon) de participer très activement à la construction de leur avenir. Bien sûr, c'est la révolution des technologies de l'information qui a été et reste le moteur de cette mutation. La communication a bouleversé la vie de l'humanité et celle des entreprises en premier lieu. C'est encore plus vrai dans des structures associatives comme l'est – si heureusement – celle des courses françaises. Les acteurs doivent participer à la stratégie et, dans une très large

proportion aux décisions de gestion. Ils ne peuvent pas se laisser imposer des voies et moyens.

Les réseaux sociaux dans le débat

Le dernier (ou peut-être même l'avant dernier) des stades de développement des technologies a permis un considérable développement des réseaux sociaux. C'est aujourd'hui le grand facteur de l'inflation des débats et de l'extension des périmètres de ceux-ci. Toute volonté de résister à la transparence dans le management d'une entreprise vole rapidement en éclats. Pire, tout manque de transparence est considéré comme un volonte de tricher, de masquer la vérité et donc de tromper. On est passé d'une communication par les biais de canaux identifiés, d'organes de presse reconnus, à une communication instantanée, incontrôlable mais au pouvoir d'influence réel via Facebook, Twitter, Tik-Tok, et demain d'autres qui vont profiter de la transmission instantanée et sécurisée de fichiers d'information de toutes tailles de la blockchain ...

Avec cette inflation des moyens de communication, chacun devient un commentateur du débat public et chaque débat public peut tourner à la confrontation, parfois agressive et violente. C'est justement cette confrontation que le management du monde sous pression numérique se doit d'éviter. Il n'y a pas 36 moyens : seule la transparence peut permettre de construire. La révolution a touché les entreprises, en particulier celles qui sont cotées évidemment.

Mais les administrations et les pouvoirs publics en général ont entamé la mutation indispensable de leurs pratiques. La confidentialité n'est plus la règle et c'est une collaboration étendue qui l'est devenue. Ce qui, bien sûr, ne condamne pas et ne doit pas condamner à l'immobilisme quand des actions peuvent demander –pour un temps très défini– la discrétion. Mais les débats doivent ensuite être ouverts et les positions diverses accessibles à toutes les personnes concernées.

Faire de cette évolution un atout de cohésion

La transparence est désormais la règle, que ce soit heureux ou non. Il serait vain et contreproductif de s'y opposer. La bonne gestion dicte donc de l'organiser. Dans la vie associative plus encore que dans les entreprises, les membres doivent avoir accès à une information complète et rapide. Il ne peut être question de se limiter à un communiqué « à l'ancienne » en guise de compte rendu d'une instance décisionnaire. Les parties concernées doivent disposer des éléments qui permettent d'instruire les dossiers et, évidemment, des positions des divers responsables avec leurs nuances. Ce qui s'applique dans l'ensemble de la société doit se retrouver dans le fonctionnement de l'institution des courses.

La verticalité a vécu. C'est en multipliant les dossiers estampillés « confidentiel », c'est en distillant des informations au compte-goutte, c'est en imposant à quelques initiés un silence complice qu'on favorise le développement des contestations les plus destructrices. On sait depuis Beaumarchais que la calomnie (on dit aujourd'hui les fake-news) peut devenir un chœur universel de haine et de proscription. Sans la transparence initiale, rien n'est plus difficile à combattre qu'une

rumeur, même quand elle est fautive, surtout si elle est basée sur un semblant de vérité au départ.

L'Association PP essaie de prendre, dans la limite des moyens qui sont les siens, ce virage de la transparence sur les réseaux sociaux. Du traditionnel site internet, nous avons investi Facebook, Twitter et YouTube. L'envoi de notre *Grain de Sel* hebdomadaire est à chaque fois l'objet d'échanges de courriers électroniques, la confrontation d'arguments contradictoires avec nos lecteurs.

Mais si nous voulons être des promoteurs d'idées et participer au débat public, nous ne sommes pas aujourd'hui au cœur des processus de décisions dans les instances majeures de France Galop. C'est de là que doivent venir certaines initiatives et informations. France Galop ne doit pas, comme c'est trop souvent le cas, subir le débat mais doit le provoquer, le nourrir et l'organiser.

Associer les acteurs à la construction de leur avenir

La grande erreur de nombreux décideurs politiques est d'annoncer une décision pour mesurer les réactions quitte à faire machine arrière. C'est comme ça qu'a été provoqué, par exemple, le mouvement des gilets jaunes. Aujourd'hui, les processus sont inversés : la consultation large et en amont est la règle. Et les termes du débat doivent être explicités avec les positions et les options différentes.

Dans notre affaire, c'est sans doute ce qu'a souhaité le président du conseil de l'obstacle, Jacques Détré, en organisant un séminaire permettant d'entamer une consultation large sur l'avenir de l'Obstacle. On m'a rapporté qu'il fut un

moment de libre parole et d'échange. Pour aller au-delà, pourquoi ne pas imaginer des boîtes à idées –numériques bien sûr- permettant à France Galop, sur des sujets bien définis, de présenter en détail les problématiques et, sur des bases ainsi éclaircies recueillir les avis concrets, pour mieux assoir les décisions et les arbitrages ? Pourquoi ne pas imaginer d'organiser par « Zoom » des débats sur des sujets concrets avant d'ouvrir le dossier dans les instances sur tel ou tel sujet ? Pourquoi surtout ne pas saisir systématiquement, en amont des décisions, les associations représentatives ? Dans la vie de l'entreprise comme dans la vie politique le besoin de faire appel aux corps intermédiaires en amont des décisions a été prouvé.

Au début de son mandat à la présidence de France Galop, Edouard de Rothschild avait pris la mesure de cette évolution en organisant, via internet, une sorte de référendum qui aura permis de sortir d'un débat conflictuel mal engagé et destructeur sur la suppression de primes aux chevaux d'âge. La recette a fonctionné et la sérénité fut vite retrouvée. Nous avons tous pensé que l'heureuse expérience serait à nouveau tentée... Le virus du secret ne doit en aucun cas prendre le dessus.

Les propriétaires, les éleveurs, les entraîneurs, les jockeys, les responsables des sociétés de province veulent peser sur les choix qui permettront de construire leur propre avenir. Quoi de plus normal ?

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