

Le PMU : notre bien commun

Vendredi 25 avril 2025 - N°516



par Édouard de Nadaillac - vice-président des P.P

Le P.M.U. est malheureusement plus que jamais au cœur de débats parfois contradictoires mais toujours inquiets au regard des performances actuelles de notre G.I.E.. Quoi de plus naturel que de suivre la trajectoire financière du PMU et de s'en inquiéter quand les chiffres sont mauvais. La baisse des performances du PMU nous concerne tous notamment parce qu'elle peut - à plus ou moins court terme - impacter le montant des allocations et donc pour certains, la poursuite de leur activité comme propriétaire ou comme éleveur. D'où l'anxiété ambiante qui s'exprime de plus en plus.

N'oublions pas que le PMU est notre bien commun et indispensable au financement de notre activité. Avoir un avis sur son fonctionnement, challenger sa gouvernance, faire des propositions sur son avenir est donc non seulement un droit mais, pour nos associations et leurs élus, un devoir.

Un rôle d'actionnaire.

Le PMU est un GIE d'associations devant avant tout gérer le monopole du pari mutuel, attribué aux sociétés de courses et qui a permis le développement des courses et de l'élevage. Le terme d'actionnaire est donc juridiquement impropre. Pour autant il n'est guère éloigné de la réalité : les parts du GIE sont bien détenues à 100% par les sociétés de courses et très majoritairement par les deux sociétés-mères, du Trot et du Galop. C'est donc ce rôle d'actionnaire - même juridiquement impropre- qui doit être rempli par Le Trot et par France Galop qui représentent ensemble la filière au Conseil d'Administration. Qu'un actionnaire challenge le management de l'entreprise n'a rien de choquant, qu'un actionnaire remette en cause les orientations du management n'a rien d'extraordinaire. Et il n'est pas rare que les débats s'invitent hors les murs des salles de réunions dans un pays où la presse est libre et indépendante. La spécificité de notre modèle associatif fait finalement de chaque propriétaire, éleveur, entraîneur ou jockey un « actionnaire » du système qui a le droit à l'information et a, à travers les associations représentatives notamment, la possibilité de s'inviter aux débats.

Aussi, lorsque le PMU ne délivre pas en 2024 le retour à la filière tel qu'il était prévu au budget, il est naturel qu'on s'interroge et qu'on recherche les voies du retour à une politique de développement. Aussi, lorsque le PMU lui-même semble douter de la réalité de son propre budget 2025 au vu des performances du premier

trimestre, il est normal et sain qu'au sein des filières, on prenne les devants et qu'on pose des questions sur la stratégie actuelle. Si le P.M.U. va mal – et il va mal – c'est l'ensemble de la filière qui ira mal. Nous ne pouvons ainsi que soutenir et rejoindre toutes formes de mobilisation des acteurs de courses, mobilisations qui nous appelons de nos vœux depuis plusieurs mois.

Aussi je suis surpris de lire telle ou telle déclaration sur les « tentatives de déstabilisation » du management du PMU en réaction aux interrogations émises par certains administrateurs du PMU ou des sociétés-mères représentants la filière et donc nous même, acteurs des courses. Chaque interrogation est légitime et doit être prise en compte par le management du PMU sans qu'il ait à se considérer comme une victime.

Dans le conflit qui oppose les dirigeants du Trot et du Galop, il n'est pas dans notre rôle de jeter la pierre à l'un ou à l'autre. Ça serait attiser les rancœurs et mettre de l'huile sur le feu alors que, justement, nous insistons pour que la sérénité et le dialogue retrouve sa place. Dans ce qu'il faut sans se voiler la face bien appeler une crise, il faut d'abord rechercher les voies de l'apaisement au lieu de rejeter la faute sur celui d'en face. C'est précisément parce que le PMU est le bien commun de la filière qu'il est impossible que le Trot et le Galop restent durablement dans une posture de mécontentement qui ne peut que nuire à l'indispensable mise en place d'une stratégie de rebond pour sortir de la spirale de décroissance actuelle. C'est ce qu'Hubert Tassin soulignait dans une récente tribune publiée par *Journal de Galop* et à

laquelle nous ne pouvons que souscrire pleinement.

Le rôle de l'État

La mission donnée à l'Inspection des Finances par la ministre des Comptes Publics le 2 février et dont nous avons rendu compte dans un récent *Grain de Sel* est inspiré par les mêmes inquiétudes que celles que les PP expriment. Elle a pour objet « le financement et la gouvernance de la filière hippique ». En cause, principalement la baisse de l'activité du PMU et l'incapacité du Trot et du Galop à se mettre d'accord sur une stratégie commune pour retrouver la croissance. L'État étant le premier bénéficiaire direct de l'activité du PMU, il n'est pas anormal qu'il exprime ainsi les mêmes préoccupations que nous.

Le problème, c'est qu'à ne pas rechercher prioritairement la sortie de crise, à trop tergiverser pour mettre en œuvre le rebond que nous appelons de nos vœux ou à s'entre-déchirer, c'est l'État qui risque de nous imposer des solutions dont on peut craindre des contresens pour l'activité de l'ensemble des filières en province comme à Paris.

L'audit étant maintenant lancé, un discours commun des deux sociétés-mères à l'adresse des auditeurs de l'Inspection des Finances est plus que jamais indispensable. De grâce ne laissons pas l'État arbitrer nos propres différends alors que, par le passé, nous avons toujours su surmonter nos divergences... justement au nom de ce bien commun qu'est le PMU Aujourd'hui une vraie stratégie commerciale pour le pari hippique est à définir. Faisons là ensemble et soulignant qu'il y a là une vraie urgence.

Le PMU, une marque à très forte notoriété

Le PMU est, selon de nombreuses études concordantes, une marque à très forte notoriété, connue et identifiée de tous. Au-delà de l'entreprise PMU, la notoriété de la marque est un actif majeur pour l'Institution des Courses. Le PMU jouit d'une image qui va très au-delà d'un simple opérateur de paris hippiques.

Le rôle social du PMU dans nos villages est évident et beaucoup d'élus sont très attentifs à l'existence et à la pérennité d'un PMU sur leur territoire. Récemment, et à l'occasion d'une heureuse initiative du PMU qui a publié un guide des 100 bars PMU qui font la France cette dimension « aménagement du territoire » a fait l'objet de nombreux reportages dans la presse grand public. Le logo lui-même, la couleur verte du PMU célébrée en son temps par la célèbre main verte qui fit les beaux jours de la caravane du Tour de France font partie de la notoriété de notre marque.

Prenons soin de soigner notre marque, d'entretenir sa notoriété, de moderniser nos points de vente tellement identifiables dans les villes et villages de France.

Le PMU est notre bien commun, mieux il appartient au patrimoine culturel de notre pays. Ne l'abimons pas !

Partagez avec nous vos avis, vos idées, vos critiques en nous écrivant à associationpp@yahoo.fr