

Pas de marginalisation pour les paris hippiques ?

Vendredi 24 août 2018- N°222



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

Sur la base d'une embellie en 2017, le management du PMU avait proposé un budget qualifié de très volontariste selon la sémantique usuelle. Quel que puisse être le qualificatif utilisé, force est de constater que les chiffres de volume des paris du GIE des sociétés de courses au premier semestre est médiocre et celui du début de l'été, mauvais. La tendance baissière a repris. Les qualificatifs et les raccourcis sont tentants : peut-on parler de marginalisation progressive des paris hippiques ?

Une crise de croissance a suivi un très fort développement

L'évolution du chiffre d'affaires des paris hippiques du PMU est évidemment préoccupante. Il faut cependant la mettre dans un contexte : un produit qui touche plus de 5 millions de clients ne peut être regardé comme un produit marginal dans les circuits de consommation. Les sites internet du PMU classent notre GIE dans les dix premiers du *e-commerce* en France. Il serait ainsi décalé de la réalité de plonger dans le catastrophisme si français, si courant dans le

milieu des courses, si tentant pour tout dire. Le PMU est un outil très puissant, qui dégage un résultat avant impôts de près de 1,8 milliard d'euros et, évidemment est très loin d'être marginalisé, pas vraiment « au bord du gouffre. »

L'analyse que nous devons avoir est nécessairement plus équilibrée, plus mesurée aussi. Il faut replacer l'activité dans un contexte de moyen et long terme. Pour faire rapide, on peut dire que la stratégie de croissance basée sur l'augmentation de l'offre de paris et sur le développement d'Equidia a permis une croissance de 1996 à 2010 deux fois supérieure à celle de l'économie française (produit intérieur brut). Cette très forte progression a débouché de façon assez naturelle sur une crise de croissance et, depuis 2012, l'activité des paris hippiques a connu une érosion.

On sait bien ce qui a déclenché cette crise de croissance : le bouleversement des conditions du marché des jeux et paris. La loi de 2010 d'ouverture dite maîtrise des jeux et paris en ligne a supprimé le monopole des paris hippiques des sociétés de courses pour leur activité en ligne. Elle a maintenu celui de la Française des Jeux sur le hasard et, sans intervention législative, le ministère du Budget lui a accordé un monopole des paris sportifs dans le réseau physique. Il n'est pas utile d'épiloguer sur la popularité respective du football et des courses : cette arrivée ne pouvait que se traduire par une perte de parts de marché puisque le PMU partait de 100 %.

Corriger la double fuite en avant et engager une nouvelle stratégie commerciale

La réaction des sociétés de courses et du PMU de 2010 à 2015 a été une double fuite en avant : sur le plan de l'offre (qui a été augmentée alors qu'on était sans doute proche d'un maximum) et dans la conquête d'une clientèle internationale bénéficiant de conditions, notamment fiscales, lui donnant un avantage financier dans les paris mutuels. Ces deux principales voies – qui ne pourront être corrigées que très progressivement en raison de leur apport au résultat du PMU - ont un peu masqué la baisse due à la concurrence du « sportif ». Les sociétés de courses n'ont pas réagi dans la période de montée en puissance des paris sportifs dans le réseau de la Française des Jeux. Les évolutions nécessaires pour faire face à la nouvelle donne ont été insuffisantes.

D'abord pour le réseau de points de vente. Ainsi, dans les centres-villes, la modernisation du réseau n'a pas été de nature à s'adapter à la profonde mutation des comportements, en termes de présence, d'organisation et de technologie. Nous avons pris beaucoup de retard par rapport à la concurrence et nous le payons aujourd'hui. Ensuite dans la gamme des paris. On peut faire un constat encore plus sévère pour ce qui concerne la modernisation de notre produit phare en termes de marge qu'est le Quinté. Dans un circuit commercial de masse il est difficile de maintenir en tête de gondole un produit dont la perception ne change pas. Notre Quinté s'est usé. Il est urgent, je l'ai dit maintes fois au fil des *Grain de Sel* et je le répète aujourd'hui, de proposer une nouvelle formule propre à engager un rebond.

Cultiver notre image pour sortir du lot

Aujourd'hui, pour attirer l'attention à travers la presse et les moyens numériques, il faut sortir du lot. J'ai toujours contesté les politiques de communication qui voulaient calquer nos codes sur ceux du football dont je ne nie évidemment pas l'audience populaire. Mais les courses n'ont rien à gagner à singer des sports et à en être de pâles copies. Les courses, ce n'est pas qu'un sport, c'est bien davantage. Cultivons notre différence, notre élégance, nos images de courses qui s'appuient sur la mise en valeur de notre meilleur atout de communication qu'est le cheval. Ce n'est pas en rentrant dans le rang que nous pourrions émerger dans une société de sur-communication. C'est en cultivant notre amour du cheval et de la compétition, du jeu et de la ruralité, du glamour chic, qu'on pourra espérer revenir dans les colonnes du Figaro Magazine ou de Paris Match, qui ne portent plus guère attention à nous, mais aussi et surtout dans des médias sociaux porteurs de la clientèle de demain.

Une analyse équilibrée conduit forcément à reconnaître l'attrait incontestable et mérité des paris sportifs sur le football – sur une clientèle couvrant plus de classes d'âge que le pari hippique ne le fait aujourd'hui. Ignorer purement et simplement cette tendance serait une faute. Réfléchir à capitaliser sur la base des efforts d'implantation du PMU sur ces marchés devra peut-être conduire à une évolution stratégique, à des partenariats avec d'autres opérateurs, à un développement différent. Mais faire une croix définitive sur cette clientèle de conquête me semblerait relever d'une analyse pour le moins hâtive.

29 rue Claude Terrasse 75016 Paris

Tél. 01 46 21 80 82 • Fax 01 46 21 80 85 • associationpp@yahoo.fr • www.lespp.fr

Une fiscalité qui n'est plus adaptée

L'érosion de l'activité des paris que nous subissons aujourd'hui a été insuffisamment anticipée. Mais, sans chercher à toujours rejeter la faute sur l'Etat, il faut admettre que l'ouverture du marché des jeux (la Loi Woerth) a totalement bouleversé les équilibres.

C'est là une donnée majeure dans la négociation que nous devons mener avec les pouvoirs publics. Je m'en suis entretenu il y a peu avec le Président Arthuis, chargé d'une mission prospective sur le PMU et nos filières par le Premier Ministre. J'ai pu également en faire part au député du Calvados Christophe Blanchet, vice-président du Groupe Cheval à l'Assemblée, qui n'en était pas à son premier déplacement sur nos hippodromes, preuve de sa mobilisation.

Il s'agit en particulier d'équilibrer les termes de la concurrence sur le plan des taux de retour aux joueurs et de tenir compte pour fixer les taxations des pertes de monopoles subies par les sociétés de courses. Sans évolutions règlementaires, nous aurons du mal à retrouver la voie de la croissance. Mais pour obtenir ces aménagements, encore nous faut-il bâtir un plan commun et ambitieux avec l'ensemble de nos partenaires de l'Institution.

Voilà le challenge qui s'ouvre à nous... mais dans un délai très court.

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