

## La stratégie des paris doit se relancer

Vendredi 18 mars 2022 - N°384



par Hubert Tassin – Président des P.P.

**L**es deux exercices perturbés par la crise de la Covid ont durement pesé sur les comptes des acteurs des courses. France Galop affiche avec une certaine satisfaction la confirmation de la crise avec, cette année, un retour des allocations au niveau de ... 2018.

Dans l'intervalle, l'inflation officielle aura dépassé 6,5 % alors que, justement, le niveau de 2018 pour les allocations était alors encore le même qu'en 2014 (et même un peu inférieur). La hausse en comparaison des frais d'entraînement a commencé à installer une crise d'ampleur dont il faut bien avoir conscience.

Le refus assumé, mais inexplicable, des deux sociétés-mères de solliciter le budget de l'État, pourtant octroyé, au nom du « quoiqu'il en coûte » à pratiquement tous les autres pans de l'économie nationale, aura concentré la facture sur les propriétaires et les éleveurs.

Cela dit, contrairement à beaucoup des sports, de spectacles ou à d'autres loisirs, les courses ont été peu arrêtées. Les chevaux ont pu - pour l'essentiel et avec des dotations dégradées- suivre des programmes cohérents. Le transfert de paris PMU sur le numérique aura permis de limiter la casse. Pour autant peut-on se féliciter de la situation actuelle, comme je l'entends trop souvent ? Pas vraiment.

### Le PMU n'a pas vraiment retrouvé de dynamique

En 2020, on souffre : arrêt des courses puis fermeture des points de vente. Le numérique ne suffit pas pour compenser mais limite en effet la casse. L'année devait pourtant bénéficier d'un soutien de comparaison qui a été atténué par la conjoncture, mais a tout de même joué : la compression volontaire en 2018 et 2019 du chiffre d'affaires du PMU - réduction de l'offre et sacrifice des joueurs « de hasard » du quinté. Elle avait coûté cher dans des exercices de croissance en France, mais donnait un effet de base de comparaison favorable pour 2020.

La fermeture liée au premier confinement, qui n'a pas été compensée par l'État, a inscrit en 2020 un produit brut des jeux (les pertes des parieurs, donc le « vrai » chiffre d'affaires) en baisse de 15 % par rapport à 2019 et de 18 % par rapport à l'année de référence de 2018.

En 2021, les mesures de blocages ont été moins pénalisantes qu'en 2020. Évidemment, sans l'arrêt des courses, l'activité des paris a pu rebondir. Le produit brut des jeux reprend 13,9 % en un an, et a réduit à 6,6 % ses pertes par rapport à 2018. La hausse du pouvoir d'achat – maintenu par les injectons publiques - a joué, mais, en complément, la communication a accéléré et la gestion du réseau de points de vente a pris un tour plus offensif.

Le pari hippique a profité de l'environnement porteur – en refaisant partiellement son retard - et a permis un rattrapage d'allocations en fin d'année – partiel lui aussi. Cette tendance et, bien sûr, l'amélioration sur le plan sanitaire ont permis à France Galop d'établir un budget 2022 qui retrouve le niveau de 2018. Ce ne doit être que le début d'une reconquête.

## Une marginalisation ininterrompue sur le marché des jeux

En valeur absolue, ces chiffres sont un changement de signe bienvenu. On ne peut pourtant pas se satisfaire d'un retour à la situation de 2018 dans une conjoncture finalement porteuse. Profiter d'un contexte général sans faire mieux demande un réexamen stratégique.

Un point de comparaison est évidemment le grand concurrent du PMU, sur le marché des jeux et paris, la Française des Jeux. Toujours en se référant à l'année de référence 2018, la FdJ affiche en 2021 une progression des mises de 19,9 % (-5,3 % au PMU) et du produit des jeux de 17,3 % (-6,6 % au PMU). Le retour à une certaine normalité l'année dernière n'a pas vraiment permis d'inverser en un an la tendance des années précédentes : +18,8 % à la FdJ contre +13,7 %

chez nous pour les mises de 2020 à 2021 ; +17,6 % contre +13,9% pour le produit brut des jeux.

Bien, sûr, le fait générateur de cette marginalisation des paris hippiques sur le marché des jeux est la loi d'ouverture dite maîtrisée de 2010. Bien sûr, la FdJ a été moins handicapée que le PMU dans sa distribution par les confinements. Mais la stratégie menée au PMU n'a pas endigué les pertes de part de marché. Au contraire pourrait-on dire.

Une inflexion bienvenue a été marquée depuis l'été dernier : les quintés ont fait l'objet d'une reconquête et l'offre de courses et de paris reconstituée (bien qu'encore prudemment). Plus largement, le réseau fait l'objet d'efforts très significatifs. Enfin, une dynamique de nouveaux jeux et de nouvelles réunions entretient l'activité numérique.

Les premières semaines de 2022 sont plus qu'encourageantes. A la mi-mars, les paris hippiques du PMU progressent de près de 33 % par rapport à 2021 ; le produit brut des jeux sans doute de près de 30 %. La conjoncture de début d'année – en tout cas jusqu'aux retombées de la guerre en Ukraine – est favorable et, sans doute, la FdJ doit aussi progresser. Mais la dégradation violente des parts de marché des paris hippiques semble enrayée pour le moment.

## Une nécessaire stratégie de l'offre

Il est cependant indispensable d'aller plus loin et d'aller vite. Il faut engager une nouvelle réforme du quinté et plus largement la reconstitution d'une offre de paris à gros rapports – y compris les fameux paris dits verticaux - sans s'interdire les doses de hasard qui faisaient la force de notre

29 rue Claude Terrasse 75016 Paris

Tél. 01 46 21 80 82 • Fax 01 46 21 80 85 • [associationpp@yahoo.fr](mailto:associationpp@yahoo.fr) • [www.lespp.fr](http://www.lespp.fr)

gamme. Il faut revenir à une stratégie de l'offre, qui est la seule gagnante pour les jeux et paris, comme notre grand concurrent sait si bien le montrer.

Spécifiquement, le dispositif en ligne peut et devra être étendu sans contraintes, avec de nouvelles formules qui peuvent être testées sans coûts de développement et marketing excessifs et, bien sûr, en proposant l'ensemble des courses françaises par le biais du « PMH déporté ». Il ne faut rien s'interdire : les paris par internet représentent 11 % des paris pris par le PMU. Ce n'est pas une proportion véritablement supérieure à l'avant-Covid : les paris transférés lors des confinements sont majoritairement revenus dans le réseau. Le fond de clientèle numérique a du mal à progresser.

Il y a urgence : reconquérir des parts de marché est indispensable pour restaurer les marges et les équilibres permettant d'enrayer la spirale qui affecte les effectifs de propriétaires, d'éleveurs ... et de chevaux. Une nouvelle stratégie du PMU est indispensable car elle est le préalable pour qu'un nouvel accord de partage de sort des prélèvements avec l'État, incontournable si on veut retrouver une dynamique des filières, puisse être conclu.

*Si vous ne recevez pas ce bulletin hebdomadaire par mail, il suffit de vous inscrire en nous adressant un courriel à [associationpp@pp.fr](mailto:associationpp@pp.fr)*