

Une condition du redressement : de vraies ambitions sur le marché des jeux

Vendredi 17 novembre 2023 - N°458



par Hubert Tassin – Président des P.P

A mon sens, les ambitions du prochain président de France Galop vont être dictées par l'impasse financière très sérieuse qui contraint les comptes, et en conséquence toutes les actions nécessaires et même indispensables. Ainsi, c'est la stratégie sur les marchés des jeux et paris qui va être la clé.

Cette stratégie, ce sera d'abord de faire partager une ambition au Conseil d'Administration du PMU. Le GIE qui organise et commercialise les paris des sociétés de courses dans les réseaux physiques et qui est aussi un opérateur en concurrence des paris en ligne doit, plus résolument encore tourner le dos à la période de récession organisée sous l'ère de Cyrille Linette soutenu par les administrateurs sortants. Tourner la page de la gestion étroite de monopole et augmenter de l'offre est une priorité. Les chiffres d'affaires quotidiens du PMU le montrent assez et

de manière empirique. Les journées positives sont celles qui bénéficient d'une offre supplémentaire. Sans un PMU inventif, très novateur et surtout réactif -ce qui demandera des investissements informatiques et marketing importants – point de salut.

Le rôle central du Conseil d'Administration du PMU

Dans le périmètre actuel, le Conseil d'Administration du PMU a la charge de la définition de la stratégie de nos ressources. Sans ignorer d'autres ambitions, il doit être le cœur du réacteur, le point d'impulsion de la politique de nos paris et de leur distribution.

Ainsi, l'outil qu'est le PMU et les ressources de ses filiales en ligne ne peuvent justement rester dans le périmètre d'aujourd'hui. Je peux dire que j'ai été celui qui a donné l'impulsion qui nous a menés là en proposant, puis contribuant à mettre en place à partir de 1996 le désenclavement du calendrier parisien au service d'une politique de l'offre. Ce qu'on a appelé la décentralisation était dans nos propositions de campagne 1995 face à une hostilité assez générale.

Aujourd'hui, on est arrivé à bout d'une innovation de plus de 25 ans. Face aux fondamentaux des acteurs des courses, il faut porter l'ambition d'une nouvelle (r)évolution.

Soutenir le PMU évidemment, mais surtout développer les paris hippiques

Bien sûr, nous devons avoir le souci de préserver le PMU. Beaucoup l'affirment la main sur le cœur et à juste titre. Mais la déclaration d'intention reste insuffisante. Plus que préserver, il faut, avec ses équipes, mais aussi avec d'autres acteurs des jeux et paris en France, ouvrir le champ. Chacun a compris à quel point il serait irresponsable de la part des sociétés de courses d'ignorer ou plus encore de traiter en concurrents les autres opérateurs du marché des jeux et paris (y compris sportifs et hippiques). Nous sommes en France, et c'est la loi qui fixe les règles. Si j'ai été un opposant à la loi de 2012 d'ouverture dite maîtrisée du marché des jeux et paris en ligne, elle s'impose et, par ailleurs, nous percevons une taxe affectée de près du quart du produit brut des jeux hippiques des acteurs entrants.

Nous bénéficions de la subsidiarité qui laisse à la France la gestion des jeux et paris sans diktats possibles de Bruxelles. Cela ne veut pas dire que nous devons plonger dans l'immobilisme : la Française des Jeux, le leader écrasant du secteur entre dans notre écosystème. Ne pas ouvrir la voie d'une stratégie commune, basée sur un accord de frontières est inimaginable. Elle est incontournable : la majorité de nos points de vente a la double casquette et la FdJ est près de 3 fois plus puissante que le PMU sur ce point.

Un accord de frontière avec la FdJ doit être gagnant-gagnant

Le jeu est ouvert pour les paris sur les supports numériques. La concurrence va jouer et, sans

doute, en prenant des parts de marché à pmu.fr Zeturf le fera pour l'essentiel en élargissant ce marché pour un bénéfice pour tous. Même en concurrence sur le numérique, des partenariats sont possibles. Un exemple : il est temps d'entrer dans le monde numérique de l'offre globale et instantanée et les paris PMH sur toutes les courses en France doivent pouvoir être pris par internet et les courses diffusées en direct. Ce PMH déporté qui romprait avec cette culture de monopole peut sans doute être distribué par pmu.fr, mais, aussi, par tous ses concurrents et en premier lieu Zeturf maintenant sous contrôle du groupe FdJ.

Pour ce qui concerne les réseaux de points de vente, le partenariat devra passer par des accords de frontière permettant une hausse des revenus pour les sociétés de courses, la FdJ et l'État. Pour résumer le principe : pour les sociétés de courses les paris hippiques pris par le PMU avec, le cas échéant, une dose de hasard pour doper les rapports ; pour la FdJ les jeux de hasard avec, le cas échéant, une dose de résultat hippique pour augmenter le retour. En quelque sorte le modèle adapté au monde d'aujourd'hui du Sweepstake de la Loterie Nationale et des courses organisé de 1933 à 1973.

L'innovation ne s'arrêtera pas là : en innovant sans cesse dans la gamme de paris, les courses doivent aussi (re)trouver les paris à cote fixe et à l'avance pris en pari mutuel qui pourront animer les réseaux et porter la reconquête de la clientèle.

La restauration des équilibres financiers des sociétés de course, puis le retour à la croissance sont indispensables aux filières. Avec ambition et responsabilité, c'est à notre portée.

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