Culture Presse
Union des commerçants des loisirs et de la presse

Les jeux (FDJ et PMU)



- La Française des Jeux (FDJ)
- Le Pari mutuel urbain (PMU)

La Française des Jeux (FDJ)

La FDJ est aujourd'hui la deuxième loterie européenne, avec plus de 25 millions de Français parmi ses joueurs.

Son réseau de distribution compte 30 000 points de vente (source : FDJ 2022), dont plus de la moitié (55%) sont des magasins de presse.

En appuyant le développement de son activité dans le cadre du programme "jeu responsable", elle a conservé son monopole sur le Loto, les jeux de grattage et les paris sportifs en points de vente.

Le réseau physique de la FDJ a réalisé 20,6 milliards € de mises en 2022. Une bonne performance qui profite à tous grâce à une politique dynamique de redistribution : 95 % des mises sont en effet redistribuées (70 % aux gagnants, 20 % à l'État et 10% pour FDJ et son réseau de vente).

Le réseau

Plus de 16 000 marchands de presse sont détaillants de la FDJ et réalisent plus de la moitié de son CA. Bien que la FDJ ait intégré le digital dans le parcours du client, près de 90% de son CA est produit par le réseau physique des 30 000 détaillants (marchands de presse et buralistes).

Rémunération et accords tripartites sur le Jeu responsable

La commission de base du détaillant est de 5 % sur le prix public, à laquelle s'ajoute 0,2 point pour les détaillants qui respectent les critères de la Convention dite du "Jeu responsable" signée en 2013 par Culture Presse, la Confédération des buralistes et la FDJ.

Culture Presse a engagé en 2012 des négociations avec la FDJ , dans le but d' augmenter significativement la rémunération des détaillants sur la vente de jeux. De nombreuses réunions tripartites – FDJ, Culture Presse, Confédération des buralistes – ont démontré la nécessité de convaincre le ministère du Budget – qui assume la tutelle de la FDJ – de s'engager par ce biais dans la consolidation du réseau de proximité. Ces discussions ont abouti à un accord en 2013 qui permet au réseau de vente d'augmenter sa rémunération de 0,2 point en contrepartie de l'application des critères qui relèvent du "jeu responsable".

Un nouvel accord tripartite en 2018

Culture Presse,la Confédération des buralistes et la Française des Jeux ont conclu un accord pluriannuel, permettant une augmentation du taux de commission moyen des détaillants de +0,3 point sur deux ans (2018-2019).

Sur les deux ans du plan, ce sont 48 millions d'euros qui seront injectés dans le réseau des détaillants.

Au terme du plan en 2019, la FDJ augmente la commission sur les jeux de tirage et les jeux à gratter à faibles mises et module la commission sur les paris sportifs. Est aussi prévue la rémunération de certains services, comme la gestion des bons à valoir et des coupons de réduction. Enfin, la FDJ supprime les loyers liés aux équipements FDJ, mesure importante pour soutenir les plus petits points de vente.

Bonnes pratiques spécifiques aux activités réglementées - Avenant au contrat de travail des collaborateurs

Compte tenu des obligations du commerçant en matière de jeu d'argent, il est exigé du salarié la plus grande vigilance et l'application la plus stricte des règles propres à ce marché. L'employeur a intérêt à formaliser ces exigences dans le contrat de travail de ses collaborateurs. Ce **mémo** rappelle les obligations et bonnes pratiques du collaborateur.

Voici les différentes étapes d'une signature d'avenant au contrat de travail, pour lesquelles nous vous conseillons de vous faire accompagner d'un conseil juridique :

- Avant même de rédiger l'avenant, envoyez un courrier, en recommandé ou remis en main propre contre décharge, au salarié afin de **l'informer du projet** dans les grandes lignes. Vous pouvez même l'inviter à en débattre avec vous.
- Quelques jours plus tard, **envoyez le projet d'avenant**, toujours par courrier, à votre salarié pour qu'il puisse en prendre connaissance dans son intégralité et prévoyez une réunion d'information avec lui dans les 15 jours qui suivent.
- Lors de cette réunion, proposez-lui la **signature de l'avenant** au contrat de travail que vous aurez signé au préalable.
- Assurez-vous en parallèle que vos collaborateurs ont bien été formés aux bonnes pratiques du jeu responsable et faîtes leur signer une **attestation de formation** qui démontrera que vous avez tout mis en oeuvre pour que vos collaborateurs soient correctement formés à l'application des obligations réglementaires.

Se faire accompagner quand on est victime d'une agression dans son commerce

En cas d'agression du commerçant (atteinte physique, atteinte aux biens, hold-up, escroquerie, catastrophe naturelle...), la FDJ met à la disposition de ses détaillants, en partenariat avec France Victimes, une ligne téléphonique dédiée et gratuite, 7 jours sur 7, de 9h à 21h : le **01 80 52 33 67**.

Cette cellule d'écoute est chargée de prendre en charge le commerçant de façon bienveillante et confidentielle, et de l'orienter vers l'association locale la plus proche et la plus pertinente pour l'aider.

Comment devenir détaillant de la FDJ ?
Les Responsables de secteurs commerciaux de la FDJ
Site officiel de la FDJ

Le Pari Mutuel Urbain (PMU)

Crée en 1930 et devenu en 1985 un groupement d'intérêt économique, le PMU est le seul opérateur autorisé à enregistrer des paris hippiques dans des points de ventes (13 500 en 2022) à l'extérieur des hippodromes. L'intégralité de son résultat net est reversée aux sociétés de courses membres du GIE, dont 80% pour le financement de la filière hippique française (entretien et modernisation des hippodromes et centres d'entraînement ou d'élevage, dotation des prix et organisation des courses...).

Le réseau

Environ la moitié des points de vente PMU ont une activité presse, soit 6 500 magasins.

L'ensemble des commerces qui composent son réseau physique réalise 85% du CA, et attire plus de 3,5 millions de parieurs réguliers. Il est donc fondamental de veiller à son évolution pour l'adapter aux nouvelles attentes des joueurs. Comme tous les acteurs économiques de la filière, le PMU modernise son image et développe de nouvelles applications comme "My PMU" sur smartphone pour attirer une clientèle plus jeune et urbaine. Mais ces innovations passent aussi par de nouveaux concepts de points de vente dont le design est adapté au profil des joueurs, pro, pressé ou néophyte. Ainsi, après une phase de test, ces trois concepts (PMU, Happy PMU, PMU Express) sont déployés sur le réseau depuis 2015 avec un équipement et une signalisation propre à chaque catégorie.

Un produit d'appel

Les produits du PMU sont une occasion supplémentaire de créer du trafic dans les magasins : 92% des clients achètent autre chose. Le PMU a pour objectif d'élargir et de féminiser sa cible de parieurs. En effet, une clientèle de plus en plus féminine et jeune (25% des parieurs sont des femmes) est attirée vers les points de vente presse plutôt que les bars. À charge pour le marchand de journaux de mettre en avant la presse hippique !

Rémunération et avantages

- La commission du point de vente PMU est fonction du CA réalisé : le taux de commission de base s’échelonne de 1,8% à 2,65% en fonction du chiffre d'affaires et du nombre de jours d'ouverture dans l'année.
- La prime de disponibilité a été doublée en 2019 (selon nombre de jours ouverts dans année), portée à +0,4% (contre +0,2% auparavant).
- Les équipements PMU sont totalement gratuits.
- Le PMU prend en charge à 100% les frais bancaires sur les transactions CB et de la location des TPE.
- Le paiement des commissions a été avancé de 10 jours en 2019, avec versement le 5 du mois.
- Plusieurs contraintes d’exploitation ont été supprimées.
- Le partenaire a la possibilité d'effectuer des virements du compte professionnel PMU.

Comment devenir point de vente PMU ?