

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 26 millions de Français parmi ses joueurs.

Son réseau de distribution compte 29 939 points de vente (source : FDJ 2021), dont 51% 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 et ce, malgré la loi de libéralisation des jeux de mai 2010 qui n'a, en fait, permis qu'à quelques nouveaux opérateurs en ligne de s'implanter.

Le réseau physique de la FDJ a réalisé 14,44 milliards € de mises en 2020, malgré une année rendue très compliquée par les confinements successifs et la fermeture de nombreux points de vente (bars, centres commerciaux...). L'activité est notamment portée par les jeux de loterie et le succès des paris sportifs.

Une bonne performance qui profite à tous grâce à une politique dynamique de redistribution : 95 % des mises sont en effet redistribuées (65 % aux gagnants, 24 % à l'État et

5 % au réseau de vente).

Le réseau

Près 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, plus de 90% de son CA est produit par le réseau physique des 29 939 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 augmentera la commission sur les jeux de tirage et les jeux à gratter à faibles mises et modulera 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 supprimera les loyers liés aux équipements FDJ, mesure importante pour soutenir les plus petits points de vente.

[Comment devenir détaillant de la FDJ ?](#)

[Les Responsables de secteurs commerciaux de la FDJ](#)

[Site officiel de la FDJ](#)

Le Pari Mutuel Urbain (PMU)

Créé 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 (13 200 en 2019) à l'extérieur des hippodromes. L'intégralité de son résultat net, 796 millions d'euros en 2016, est reversée aux sociétés de courses membres du GIE, dont 80% pour le financement de la filière hippique française. Elles financent notamment l'entretien et la modernisation des 242 hippodromes et des centres d'entraînement ou d'élevage, la dotation des prix et l'organisation des courses dont plus de 16 700 sont supports de paris PMU. Elles contribuent également à la pérennité d'une centaine de métiers et de spécialités : jockeys, palefreniers, soigneurs, maréchaux-ferrants, moniteurs d'équitation, vétérinaires, selliers, etc.

Le réseau

Environ la moitié des points de vente PMU ont une activité presse.

L'ensemble des commerces qui composent son réseau physique réalise plus de 80 % du CA, et attire 6 millions de clients. 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 3 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. Leur clientèle diversifiée correspond aux objectifs du PMU d'élargir et de féminiser sa cible de parieurs. En effet, une clientèle de plus en plus féminine et jeune (4 parieurs sur 10 sont des femmes) est notamment 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 2,25%.
- Les paris réalisés sont intégrés via la carte PMU, le SMS ou Allo Pari dans le chiffre d'affaires du titulaire.
- 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 ?](#)
