LES ENJEUX

BUSINESS PARIS HIPPIQUES

Pari hippique et PMU : entre crise, concurrence et refondation

Vincent Reynaert
Publié le 18 juillet 2025 . Lecture estimée : 6 min

Le constat est posé avec franchise par Isabelle Falque-Pierrotin, présidente de l'Autorité nationale des jeux (ANJ), dans une interview accordée à *Paris Turf* en juin 2025 : « Les opérateurs hippiques sont à la recherche de nouveaux clients ». Selon elle, malgré un léger regain d'intérêt en ligne, le segment hippique reste fragilisé par une clientèle vieillissante, une offre jugée peu innovante et une concurrence de plus en plus féroce des paris sportifs et des jeux de casino en ligne.

En chiffres, le secteur des paris hippiques représente aujourd'hui environ 2 milliards d'euros de mises par an, dont 80 % sont encore réalisés en point de vente physique. Une dépendance structurelle problématique à l'heure de la dématérialisation du jeu. L'ANJ estime que le rebond de l'activité numérique n'est « pas encore stabilisé » et appelle à une transformation rapide.

La lecture de cet article est réservée aux membres

Abonnez-vous gratuitement ou connectez-vous
Envie de lire la suite ?
Créez gratuitement votre profil Les Enjeux !

- Accedez à 100% du contenu Les Enjeux
- Recevez une newsletter éditoriale tous les mardis
- Restez au contact de l'évolution des Enjeux

Je crée mon profil
Déjà abonné ?
Connectez-vous :

Adresse E-mail *
Mot de passe *
Mot de passe oublié ?

Connexion