

Festivals de tournois en ligne : un levier business au creux de l'hiver



Vincent Reynaert

Publié le 24 octobre 2025 . Lecture estimée : 5 min



Alors que les jours raccourcissent et que les joueurs retrouvent leurs écrans, les festivals de tournois en ligne refont surface. Sur iPoker comme chez ses concurrents, ces rendez-vous ne sont pas seulement des moments de jeu : ce sont surtout des outils puissants de recrutement, de réactivation et de visibilité pour les opérateurs.

L'hiver s'installe, les soirées rallongent et les sites de poker en ligne se préparent à un pic d'activité. Ce dimanche 26 octobre, le réseau iPoker ([PMU](#), [Parions Sport en Ligne](#), PartyPoker et Bwin) lance son nouveau festival, un événement calibré pour profiter du changement d'heure et de la hausse naturelle des connexions. Avec 1,5 million d'euros garantis répartis sur 300 tournois, l'opération illustre une tendance de fond : le tournoi n'est pas la locomotive du marché, mais il reste une vitrine stratégique.

En 2024, le format tournoi ne représentait que 10 % du produit brut des jeux (PBJ) du poker en ligne en France, soit un peu plus de 49 millions d'euros. Pourtant, les opérateurs continuent de miser sur ce segment. La raison ? Trois leviers business majeurs : le recrutement de nouveaux joueurs, la réactivation des inactifs et la visibilité de marque.

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 !

- Accédez 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