

## Sébastien Leclercq : « Notre priorité, c'est la fidélisation »

Sébastien Leclercq / Country Manager Casino France / CIRCUS



**Vincent Reynaert**

Publié le 14 novembre 2025 . Lecture estimée : 10 min



*À la suite de la publication des derniers chiffres du marché parisien, Sébastien Leclercq, Country Manager du Groupe Circus Casino France, revient sur la trajectoire du Club Circus. Il analyse sa place dans un secteur bouleversé, détaille ses leviers de croissance et partage ses priorités pour renforcer le modèle en 2026.*

**Depuis son lancement, le Club Circus s'est imposé comme l'un des piliers du poker parisien. Quelle est aujourd'hui votre lecture de son rôle et de son positionnement dans un secteur en pleine recomposition ?**

Nous avons connu une année particulière, avec 2 mois de fermeture qui ont évidemment pesé sur l'activité. Malgré cela, le club reste solide : en termes de Produit Brut des Jeux (PBJ) nous nous classons 5e sur 7 établissements parisiens, mais avec une performance économique équilibrée. Le début d'année, outre la fermeture, n'a pas été simple mais nous avons vécu un très bon mois d'octobre qui nous permet de finir l'exercice presque à l'équilibre par rapport à l'année dernière.

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

Il est important de noter que nous ne dégéons pas encore de bénéfices, mais nous ne perdons pas d'argent. Surtout, nous n'avons jamais eu besoin de faire appel à nos actionnaires pour combler des pertes. Dans le contexte général des clubs, c'est déjà une réussite.

Notre modèle est atypique : nous générons plus de deux millions d'euros de chiffre d'affaires hors PBJ, notamment grâce au bar, à la restauration et à l'entrée payante, que nous sommes les derniers à conserver. Ce choix n'est pas anodin : il traduit une logique d'autonomie économique liée à l'offre de poker de tournois. Tout ceci pris en compte, je pense qu'en termes de chiffre d'affaires, nous intégrons le podium des clubs parisiens.

La concurrence reste rude entre les clubs mais elle se durcit d'autant que l'offre illégale est présente entre les parties de poker clandestines et les casinos en ligne. Nos clubs peuvent et doivent rester concurrentiels.

## **Le groupe Gaming1, maison mère du Groupe Circus, porte une vision internationale du jeu. En quoi cette dimension influence-t-elle vos choix stratégiques à Paris ?**

Le Groupe Circus Casino France fonctionne avec ses propres équipes (marketing, RH, juridique) ce qui nous confère une certaine autonomie par rapport à Gaming1. Ceci dit, nous échangeons régulièrement avec les équipes belges et internationales, notamment sur la stratégie poker. Namur, par exemple, reste un laboratoire d'idées et d'innovation.

L'influence du groupe est réelle, mais elle se traduit plus par une culture de méthode et de rigueur que par une tutelle. C'est un atout de pouvoir conjuguer la solidité d'un groupe international avec la proximité d'un club de jeux parisien.



Situé Boulevard Murat dans le XVI<sup>e</sup> arrondissement de Paris, le Club Circus assume sa position géographique en ciblant notamment la population du Sud-Ouest parisien tout en cherchant à développer sa clientèle « touristique ».

## **Le dernier classement 2025 des clubs parisiens souligne la stabilité de votre PBJ. Quels leviers internes expliquent cette**

## résilience ?

Nous tournons avec entre 8 500 et 10 000 clients par mois, avec un panier moyen stable. C'est une belle performance, d'autant que nous n'avons pas organisé cette année de très grands tournois extérieurs, comme le WPT ou le Winamax Poker Tour.

Nous essayons aussi de développer notre activité autour des jeux de contrepartie bien que cela s'avère plus difficile. Nous avons enfin développé des revenus complémentaires, restauration, bar, qui sécurisent notre équilibre.

## Le marché parisien se segmente entre clubs Premium et établissements de proximité. Où situez-vous le Club Circus ?

Nous avons une identité claire : le poker. Notre clientèle vient majoritairement du sud-ouest parisien, avec une fréquentation importante en soirée et après minuit.

Nous travaillons désormais à diversifier ce public : attirer une clientèle plus "exclusive", touristique, tout en restant fidèles à nos racines. Nous ne sommes pas un club du centre de Paris, mais une maison conviviale et compétitive. Notre positionnement, c'est celui d'un acteur stable, accessible, mais exigeant sur la qualité de jeu et de service.

## Quelles sont vos priorités pour renforcer la position du club ?

Notre priorité, c'est la fidélisation. Nous avons lancé un programme VIP qui se structure et se professionnalise.

Nous continuons aussi d'investir dans nos points forts : les tournois, notre offre PMU qui plaît à nos clients, et notre présence sur les réseaux sociaux. Depuis le début, nous sommes leaders sur les médias digitaux, avec une communication régulière et qualitative. C'est une vraie signature de marque.

## Dans un environnement fiscal et économique difficile, comment le Club Circus parvient-il à rester compétitif ?

**Sébastien Leclercq** : Le coût du personnel, des locaux et la fiscalité sur les jeux rendent notre modèle très fragile. Et il faut dire les choses : la fiscalité française est asphyxiante. Nous sommes taxés à des niveaux quasi confiscatoire, parfois plus de 40 à 50 %, sans possibilité de récupérer la TVA. Les charges augmentent, et beaucoup de clubs sont difficilement à l'équilibre.

Nous concernant, nous avons fait le choix d'un modèle d'entrée payante, cohérent avec notre offre. Cependant, depuis quelques semaines, l'entrée est remboursée en jetons à utiliser sur notre offre pour s'adapter au marché. Ceci dit, je continue de penser que la gratuité totale fragilise l'ensemble du secteur.



Place forte parisienne du poker de tournoi, le Club Circus accueille actuellement une nouvelle édition de l'UDSO.

## **Le marché s'apprête à accueillir le Club Partouche. Comment percevez-vous cette arrivée ?**

C'est une bonne chose. La concurrence est saine. L'arrivée de Partouche stimulera le marché, poussera tout le monde à innover. Le Club Circus gardera son identité, et cette arrivée sera un moteur pour nous pousser à être toujours plus innovants, toujours plus exigeants.

## **La potentielle fin du partenariat avec Texapoker marque une étape. Comment redéfinissez-vous votre stratégie poker ?**

Nous avons toujours eu une identité poker et nous sommes, à date, toujours en collaboration avec Texapoker. Apo Chantzis a fait un excellent travail mais le Club Circus n'a jamais dépendu d'un partenaire pour exister. Nous allons continuer à organiser nos tournois et nos grands événements.

## **Vous évoquez souvent la fiscalité et la méconnaissance du secteur par le pouvoir politique. Que reprochez-vous concrètement à la réglementation actuelle ?**

Nous sommes face à un système politique qui ne comprend pas notre métier. Les pouvoirs publics considèrent les clubs de jeux comme des casinos bis, sans reconnaître leurs spécificités. On nous impose une taxation démesurée. Depuis cette année, nous subissons une nouvelle taxe sur la publicité et les jeux et, de plus, nous n'avons pas le droit de récupérer la TVA. Cela crée une double peine.

Résultat : les marges sont écrasées, les salaires peinent à suivre pour un personnel qui est difficile à garder et la qualité de service en pâtit. Si rien ne change, certains établissements ne tiendront pas.

## **Vous avez salué le travail de l'ANJ et du SCCJ dans la lutte contre le jeu illégal. Quelle est votre lecture du marché parallèle à Paris ?**

Le jeu illégal a progressé pendant les différentes fermetures (COVID, fermeture administrative). Tout comme le souligne le Syndicat Casinos de France, je pense qu'il faut accentuer la lutte contre toute forme de jeu illégal.

Néanmoins, je tiens à tirer mon chapeau à l'ANJ et au Service Central des Courses et Jeux : ils ont mené plusieurs opérations exemplaires, notamment sur le cas Cresus Casino. C'est une première en Europe. Peu de pays arrivent à démanteler le jeu illégal avec autant d'efficacité.

Cette vigilance est essentielle pour préserver la crédibilité des opérateurs légaux et protéger les joueurs.

## **Comment voyez-vous l'avenir du modèle "club de jeux" face à la montée du digital et à la libéralisation du marché en ligne ?**

La France est en retard. Nous sommes encore dans une logique d'expérimentation qui dure depuis presque 10 ans : 3 ans, plus 2, plus 2 plus 3... C'est aberrant.

Cette logique d'incertitude permanente doit cesser. 10 ans d'expérimentation, c'est un non-sens. Nous avons fait nos preuves : les clubs sont bien gérés, contrôlés, transparents, ils rapportent plus de 50 millions d'euros en taxe de jeux par an sans compter les autres impôts auxquels nous contribuons.

Il faut aussi pouvoir faire évoluer la législation. Par exemple, nous continuons à être limités dans les variantes de poker autorisées et les opérateurs en ligne ont une longueur d'avance sur nous ce point..

Concernant les casinos en ligne, ils sont une réalité. Cette activité devrait être confiée aux exploitants de casinos terrestres, légalement autorisés, qui disposent déjà d'un cadre de contrôle strict, ainsi que de l'expertise et de l'expérience pour lutter efficacement contre l'addiction et le blanchiment d'argent. De la même manière qu'il faut être pharmacien pour vendre des médicaments en ligne, il nous semble logique qu'il faille être opérateur de casino terrestre pour exploiter une activité de jeux en ligne.

Une telle approche permettrait de mieux encadrer le marché, de lutter contre les plateformes illégales et de garantir que les bénéfices économiques reviennent aux communes, à l'État et à l'emploi local.

Cette évolution offrirait également l'opportunité de créer des milliers d'emplois dans le dans le secteur numérique, sans pour autant sacrifier l'emploi terrestre. À l'inverse, une libéralisation totale du secteur digital serait catastrophique, tant sur le plan économique que social et éthique.