LES ENJEUX

INTERVIEWS & PORTRAITS | POKER

Brian Benhamou : « Oui, le Groupe Barrière aime le poker ! »

Brian Benhamou / Directeur Offre Poker / Barrière

Vincent Reynaert
Publié le 28 novembre 2025 . Lecture estimée : 0 min

Ancien joueur professionnel, passé par le sponsoring online, Brian Benhamou a pris en 2024 la suite de Lucille Denos à la tête de l'offre poker du Groupe Barrière. Après une saison 2025 record pour le Barrière Poker Tour, marquée par un Main Event historique à Deauville, il prépare un repositionnement du circuit pour 2026 et le retour de l'EPT Paris au Club Barrière. Entretien.

Vous succédez à Lucille Denos, figure historique du poker chez Barrière, qui vous a d'ailleurs formé pour prendre le relais avant son départ. Comment avez-vous vécu cette passation, et cet héritage n'a-t-il pas été un peu lourd à porter, en interne comme vis-à-vis des joueurs réguliers du circuit ?

On m'a souvent dit « bon courage » (rires), comme si je récupérais quelque chose de presque écrasant. En réalité, je ne l'ai jamais vécu comme ça. J'ai travaillé plusieurs années avec Lucille, d'abord au Club, puis sur la reprise du BPT post-Covid. Progressivement, nos rôles étaient déjà très distincts : je gérais beaucoup le programme et l'opérationnel, elle davantage le back-office, les RH, la coordination globale.

L'héritage en soi n'a pas été lourd. D'abord parce que le BPT est un circuit qui fonctionne, avec une histoire et une base joueurs. Ensuite parce que toutes les équipes autour, parfois moins visibles, sont restées.

On a pu continuer dans la même dynamique, en ajustant, mais sans révolution. Et surtout, Lucille m'a transmis énormément de confiance : elle pensait vraiment que je serais "l'homme de la situation". Ça aide à ne pas se sentir écrasé par la comparaison.

En 2025, Brian a pris la succession de Lucille Denos. Une passation qui s'est faite dans le temps notamment sur le circuit BPT. Crédit photo : Club Poker

Concrètement, que recouvre aujourd'hui votre fonction de Directeur de l'o□re poker du Groupe Barrière : jusqu'où vont vos responsabilités sur les tournois, le cash game et l'accompagnement des casinos dans la définition de leur o□re locale ?

Dès que l'on parle poker dans le groupe, je fais partie des référents. En direct, je pilote l'offre "nationale" : Barrière Poker Tour, partenariats stratégiques avec PokerStars, notamment autour de l'EPT Paris et du PokerStars Open, et les grands événements structurants.

Pour le reste, je suis en appui des casinos : création ou relance d'une offre de tournois réguliers, réflexion sur le cash game, réouverture de tables,choix des structures, des payouts, etc. Ribeauvillé, par exemple, m'a sollicité pour revoir complètement son offre régulière.

En revanche, la décision finale reste toujours du côté des directeurs de casinos. Moi, je suis là pour conseiller, challenger, apporter une expertise de joueur et d'organisateur. Ça va parfois dans un niveau de détail assez poussé, jusqu'à analyser un payout sur 100 joueurs parce que la structure a fait grincer des dents, et parfois sur des sujets beaucoup plus macro.

Vous avez été joueur pro pendant dix ans, sponsorisé par une room, avec un joli palmarès live. Qu'est-ce que ce passé de joueur change dans vos décisions d'organisateur : structures, horaires, side events, manière d'écouter les retours des joueurs ?

Pour moi, c'est central. Quand j'étais joueur, j'avais souvent l'impression que certains organisateurs n'écoutaient pas vraiment les attentes du field. Avec le recul, je vois bien qu'il y a des contraintes dont on ne se rend pas compte quand on est joueur, de staffing, de coûts, de salles, mais je garde cette frustration en tête.

Ça se traduit par une obsession de "l'expérience joueur" dans son ensemble. Quand je partais sur un festival, j'enchaînais levé □ tournoi □ dodo, et ça aurait pu être Marrakech, Helsinki ou Paris, c'était la même journée. Pour moi, c'est dommage : si je viens à Deauville ou Cannes, j'ai aussi envie de profiter de la destination.

Concrètement, j'essaie de proposer des horaires qui laissent vivre : des Day 1 qui commencent à 14h, des journées qui ne finissent pas systématiquement à 3h du matin… et, à l'inverse, on réfléchit aussi à des formats qui commenceraient très tôt et finiraient tôt, comme le font déjà certains acteurs. L'idée, c'est d'offrir plusieurs modèles, mais toujours en gardant à l'esprit que les gens doivent pouvoir profiter du resort, de la famille, de la ville.

Et puis je reste très à l'écoute : je lis les retours, je discute beaucoup avec les joueurs, j'observe ce qui se fait à Vegas ou ailleurs. Mon passé de joueur me rappelle en permanence que derrière chaque décision d'orga, il y a un vécu à table.

Avant de rejoindre le Groupe Barrière, Brian a été joueur professionnel de poker et ambassadeur de PMU.fr. Une activité qu'il pratique toujours... quand son agenda lui en laisse le temps. Crédit photo : PokerNews

Si vous deviez résumer la "patte" Brian Benhamou en trois mots lorsqu'on participe à un festival live signé Barrière, ce seraient lesquels ? Très concrètement, ça veut dire quoi en termes d'horaires de jeu, d'expérience hors des tables et, à l'inverse, sur quels aspects refusez-vous de transiger ?

Je dirais : exigence, expérience, cohérence.

Exigence, parce qu'on est Barrière. On attend de nous un niveau d'organisation et de service élevé : plus de personnel, mieux formé, des procédures solides. C'est un choix assumé qui a un coût, et sur lequel je ne veux pas "gratter".

Expérience, parce qu'un festival, ce n'est pas juste s'asseoir à une table. C'est un lieu, une salle, le Salon des Ambassadeurs à Deauville, par exemple, c'est un endroit mythique pour le poker français. C'est aussi une destination, un rythme de vie sur plusieurs jours. Je veux que les joueurs se souviennent à la fois du tournoi et du séjour.

Cohérence enfin, parce qu'on doit faire tout ça dans un cadre réglementaire, financier et opérationnel qui reste celui d'un grand groupe. On ne peut pas s'autoriser tout et n'importe quoi sous prétexte d'être "fun". Donc j'essaie en permanence d'équilibrer l'innovation produit avec l'ADN Barrière.

En mettant de côté les casinos du groupe Barrière : si vous deviez, en 2025, aller jouer un seul tournoi live ailleurs, ce serait lequel et pourquoi – au-delà du rêve évident que représente encore le Main Event des WSOP ?

Si je dois être honnête, le Main des WSOP reste le rêve absolu. J'y ai déjà joué, et ça reste une expérience à part. Aujourd'hui, remettre 10 000 $ sur un tournoi demande un peu d'organisation et probablement un peu de réentraînement (rires), donc ce n'est pas pour demain matin.

En Europe, un grand festival type EPT reste ce qui me parle le plus : une organisation très millimétrée, un field international, des structures que j'aime beaucoup. Ce sont des événements qui m'inspirent aussi dans mon travail

d'organisateur.

La saison 2025 s'est terminée à Deauville sur un gros succès populaire et médiatique, avec un record d'entrées sur le Main. Quel bilan tirez-vous de cette saison : fréquentation globale, rajeunissement de la cible, mix de joueurs "historiques" vs nouveaux entrants, et retombées pour les casinos hôtes ?

Le bilan est très positif. On est sur une augmentation d'environ 15 % de fréquentation entre la saison 2024 et la saison 2025. À Deauville, on bat un record qui datait de 2019 sur le Main Event avec 918 entrées, soit quasiment cent de plus que le précédent.

Au-delà des chiffres, ce qui m'intéresse, c'est le profil des joueurs. Un des objectifs était de rajeunir la cible et d'attirer des joueurs qui allaient sur d'autres circuits mais peu sur le BPT, parce qu'ils avaient l'impression que ce n'était "pas pour eux". Sur ce point, on a clairement avancé.

Pour les casinos, à part une étape qui a fait plutôt du sur-place, tout le monde est en progression. Les retours des équipes locales sont bons, et ceux des joueurs aussi. Évidemment, je vois tout ce qu'on peut encore améliorer, mais à l'échelle d'une saison complète, on ne peut qu'être satisfaits.

Comme à chaque fin de festival, toute l'équipe du Barrière Poker Tour de Deauville prend la pose, ici, dans le Salon des Ambassadeurs pour célébrer un BPT record.

Pour 2026, vous annoncez un repositionnement du circuit, un rebranding et de nouvelles étapes comme Nice, tandis que d'autres, comme Ribeauvillé, sortent temporairement du calendrier pour cause de travaux. Concrètement, qu'est-ce qui change ?

Déjà, je suis très content de remettre Nice sur la carte. Ce n'est plus nous qui devons convaincre à tout prix : les casinos postulent pour accueillir une étape BPT, et Nice avait une vraie volonté de revenir, avec un directeur très poker-friendly. Ça change tout dans la dynamique.

En parallèle, c'est vrai que je suis déçu de perdre Ribeauvillé en 2026. Ce n'est pas un choix stratégique, mais un sujet de

travaux et de planning de salle. On pensait pouvoir y retourner, et la décision est tombée très tard. J'espère vraiment qu'on reviendra dans l'Est, car c'est une zone peu servie en grands festivals, avec un accueil toujours très chaleureux.

Sur le fond, 2026 est l'occasion de clarifier notre positionnement : nouvelle identité de marque Barrière Poker, réflexion sur les formats, les buy-in, les destinations clés, le rôle des partenaires… On veut un circuit lisible, qui parle autant aux réguliers qu'aux joueurs occasionnels motivés par une belle expérience live.

Le poker de tournoi live a la réputation de générer peu de profit direct ; la rentabilité se joue souvent sur les revenus périphériques. Comment arrivez-vous à convaincre les casinos hôtes du BPT de vous ouvrir leurs salles, et comment les rassurez-vous sur le risque financier d'une étape ?

C'est un sujet sur lequel j'ai beaucoup travaillé. Un festival de tournois, pris isolément, n'est clairement pas l'activité la plus rentable d'un casino.

Mais la vérité, c'est que le BPT se rapproche d'une grosse opération d'animations plus qu'une activité de pur gaming. On amène un flux important de clients sur le resort : certains ne feront que jouer le tournoi, mais beaucoup vont au restaurant, à l'hôtel, sur les autres jeux. On génère de l'image, de la presse locale, du contenu.

Je ne minimise pas le challenge : si on est très en dessous des prévisions en affluence, l'impact financier peut être lourd pour un établissement. Mon rôle, c'est de montrer qu'on met tout en œuvre pour atteindre les objectifs, communication, partenariat online, calendrier cohérent, et d'expliquer que le bilan doit se lire au-delà de la seule ligne "tournoi".

Directeur de l'offre poker du Groupe, Brian n'en reste pas moins un homme de terrain comme ici au Club Barrière. Il est pour les équipes Barrière Poker et celles des casinos, le point de référence.

Comment mesurez-vous le succès d'une étape BPT aujourd'hui : uniquement en nombre d'entrées et en prizepool, ou avez-vous mis en place d'autres KPI ? Et dans quelle mesure ces résultats pèsent-ils ensuite dans les arbitrages d'investissement du

Groupe et dans vos discussions avec les directeurs de casinos ?

Les KPI tournois, je les ai tous, et évidemment qu'on commence par là : nombre d'entrées, re-entries, occupation des tables, performance des side events… C'est la base pour juger stricto sensu du festival.

Mais on regarde aussi le reste : l'impact sur la restauration, l'hôtellerie quand il y en a, la fréquentation globale du casino, la couverture média. Si le tournoi est un succès mais que tout le reste est décevant, je ne vais pas me dire « mon job est fait » ; on se pose autour de la table avec le directeur et on réfléchit à ce qui peut être amélioré.

À l'inverse, des chiffres en progression, un circuit qui "a le vent en poupe", ça change la donne. C'est plus facile de convaincre d'autres casinos de nous accueillir, plus simple d'obtenir des arbitrages favorables. Si on était à -20 % partout, ce serait une autre histoire.

Vous expliquez qu'en théorie le circuit pourrait monter jusqu'à 7 ou 8 étapes par an. Quels sont aujourd'hui les vrais freins à cette montée en puissance : disponibilité des salles, calendrier international, ressources internes ?

Techniquement, on pourrait aller jusqu'à 7–8 étapes, oui. Ce qui nous freine, ce n'est pas la motivation.
D'un côté, il y a nos propres engagements : l'EPT Paris en février, par exemple, mobilise énormément d'énergies. Sur janvier-février, on ne peut pas raisonnablement caser une grosse étape BPT.

De l'autre, il y a la réalité des salles dans le groupe. Un BPT, c'est cinq jours de festival, plus plusieurs jours de montage et de démontage. On bloque parfois une grande salle qui sert aussi à des spectacles, des conventions, pendant dix jours. Trouver ces créneaux, au bon moment dans l'année et sans se mettre en frontal d'un autre gros festival du marché, c'est un vrai casse-tête.
Donc oui, structurellement, on pourrait faire plus. Mais pour l'instant, on préfère faire bien six grosses étapes plutôt que mal huit.

En février, l'EPT revient à Paris et le Club Barrière accueille pour la 3ᵉ fois cette étape devenue incontournable du calendrier européen. Qu'est-ce que ce partenariat avec PokerStars apporte concrètement au Groupe Barrière ?

À mes yeux, l'EPT Paris est tout simplement le plus gros événement de poker de l'année en France, et un des plus gros en Europe. En termes de clientèle internationale, de prize-pools, de visibilité, on est tout en haut du panier.

Pour le groupe et pour la cellule Barrière Poker, c'est énorme : on se retrouve associé à une marque qui a façonné l'histoire du poker live, sur un tour qui fait rêver les joueurs au même titre que les WSOP. En tant qu'ex-joueur, je mesurais déjà ce que représentait un EPT ; en tant qu'organisateur, c'est encore plus frappant.

Dans quelques mois, l'EPT revient à Paris pour sa 3e édition. Un moment attendu pour Brian, ici avec Cédric Billot, Associate Director Live Event de PokerStars, Lucille Denos et Christophe Pi, ancien DG du Club Barrière.

Concrètement, ça nous apporte de l'image, du savoir-faire, des process, des contacts, et une légitimité supplémentaire quand on discute ensuite avec nos propres casinos. Et humainement, vivre un EPT comme celui du Palais des Congrès, avec 135 tables, des joueurs qui viennent nous remercier pour l'organisation… pour l'instant, c'est mon plus beau souvenir d'organisateur.

Si on élargit le cadre : comment voyez-vous évoluer l'écosystème du poker live en France dans les 3 à 5 prochaines années et comment imaginez-vous l'articulation avec l'online ?

On est clairement sur un marché mature. Après le Covid, personne n'avait anticipé une telle explosion du live ; aujourd'hui, on est revenus à quelque chose de plus stable, avec une légère tendance à la hausse.

Ce qu'on observe, c'est une polarisation : les grosses licences historiques, bien installées, continuent de progresser et de remplir ; à l'inverse, les nouveaux circuits ou les festivals intermédiaires, ni purement locaux, ni vraiment "marques fortes" , ont plus de mal. Les joueurs concentrent leurs budgets sur quelques rendez-vous majeurs.

Je ne m'attends pas à des +50 % de croissance annuelle sur la fréquentation. Le sujet, pour nous, c'est de rester dans le camp de ceux qui continuent d'attirer, pas dans celui de ceux qui s'érodent petit à petit. L'online, enfin, reste un partenaire naturel : pour qualifier, pour animer, pour raconter les histoires des joueurs. Mais ce sont deux métiers différents. Notre rôle, côté live, c'est de proposer des expériences que l'online ne pourra jamais reproduire.

Question Les Enjeux : si vous pouviez ajouter vous-même une question à cette interview pour mieux comprendre aujourd'hui la dynamique du poker chez Barrière et du Barrière Poker Tour, laquelle serait-ce… et surtout, quelle en serait la réponse ?

La question que j'entends souvent, c'est : « Est-ce que Barrière aime vraiment le poker ? »

Et ma réponse est simple : oui, le groupe aime le poker, et il y croit suffisamment pour y investir sur la durée. On n'a pas vocation à organiser 3 000 tournois par an partout en France, ce n'est pas notre modèle. Mais le fait qu'il existe aujourd'hui un poste dédié à l'offre poker au siège, que le BPT soit relancé et renforcé, qu'on retravaille notre identité de marque Barrière Poker, qu'on soit partenaires d'événements comme l'EPT Paris… tout ça est un signal très clair.

Le poker ne sera jamais l'unique vecteur de recrutement du groupe, et c'est normal. Mais il fait pleinement partie de notre

offre de jeux, et l'ambition, c'est de continuer à le développer de manière cohérente, qualitative, et durable.