

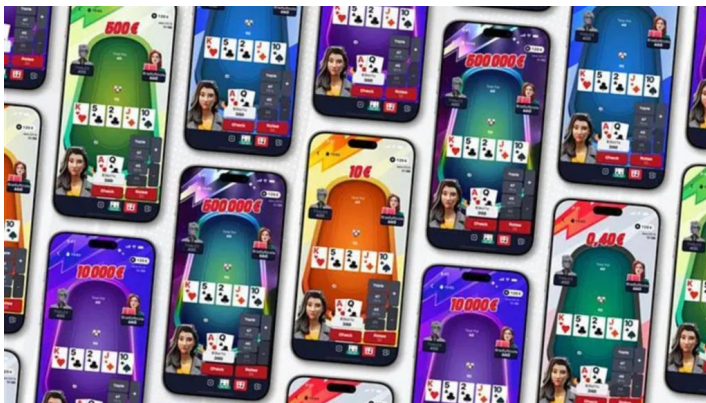
Cyril Henry : « Nous voulons remettre le plaisir du jeu au coeur du poker »

Cyril Henry / Head of Product Poker / BetClic



Vincent Reynaert

Publié le 10 décembre 2025 . Lecture estimée : 20 min



Un an après le lancement de son logiciel propriétaire, Betclic Poker revendique plus de 700 000 joueurs, une croissance deux fois plus rapide que le reste du marché sur les nouveaux comptes et près d'un joueur de poker en ligne sur trois en France. Son Head of Product Poker, Cyril Henry, détaille comment la maîtrise de la plateforme, l'intégrité du jeu et une approche résolument mobile first doivent permettre à Betclic de s'imposer comme référence du poker régulé.

Ce 9 décembre, cela fera un an que votre logiciel propriétaire a été lancé. Quel bilan tirez-vous de cette première année, notamment sur l'adoption par les joueurs, la rétention et la satisfaction ? Avez-vous été surpris, en bien comme en mal ?

Pour nous, c'est clairement un succès. Ça fait un an que tous nos indicateurs sont au vert. Sur les nouveaux joueurs, on grandit environ deux fois plus vite que le reste du marché, ce qui valide le pari du soft propriétaire.

On avait trois objectifs très clairs en tête. D'abord, remettre le jeu au cœur de l'expérience avec une room accessible. On voit que les nouveaux joueurs restent, et que le rythme de jeu de nos joueurs réguliers a même augmenté. Ensuite, on voulait être au contact permanent de la communauté pour adapter rapidement notre produit aux attentes et coller aux usages. On a un Discord très actif qui compte plus de 400 membres, on y est tous les jours, moi compris. On discute sur Club Poker, on écoute, on ajuste. Le produit et l'offre évoluent avec les joueurs, pas dans un vase clos.

Enfin, sécuriser la plateforme pour proposer un milieu le plus équitable possible, que l'on soit débutant ou pro. On veut devenir la référence française du sujet. C'est pour ça qu'on a pris des décisions fortes, comme le retrait des HUD et des logiciels qui donnent des statistiques en temps réel sur les tables.

Ça se traduit aussi dans les règles qu'on applique : nous sommes, par exemple, la seule room en France à interdire explicitement le lobby sharing en Spins & Rush. Les joueurs ne peuvent télécharger leurs mains qu'une fois par jour, pour qu'ils puissent travailler hors table sans avoir accès à ces informations en direct. À la table, on veut que ce soit la compétence et les décisions qui fassent la différence.

En combinant accessibilité, intégrité des tables et dialogue permanent, on a réussi notre première année... et on a surtout posé des bases solides pour la suite.

Concrètement, en douze mois, on est à +16 % de croissance du nombre de joueurs par rapport à N-1, et environ un joueur de poker en ligne sur trois en France joue aujourd'hui chez Betclic. Pour nous, c'est le signe qu'on est en train de construire un écosystème un écosystème ultradynamique, qu'il faut ensuite pérenniser..

Betclic avait déjà mis la main sur un logiciel maison à l'époque du rachat d'Everest, avant de basculer chez Playtech. Qu'est-ce

qui avait rendu ce premier projet compliqué et qu'en avez-vous retenu pour ce nouveau cycle ?

Le rachat d'Everest Poker s'est fait dans une industrie qui n'a plus grand-chose à voir avec celle d'aujourd'hui. C'était la fin de la première grande ère du poker en ligne, la « golden age ». Dans la foulée, plusieurs pays changent de régulation, les usages restent très desktop, Betcltic se recentre alors fortement sur le pari sportif et quelques marchés clés.

Ce contexte ne se prêtait pas à un investissement massif et durable dans un soft maison. L'apprentissage, c'est qu'un logiciel de poker doit coller à son époque : aux usages, aux devices, aux attentes de divertissement. Aujourd'hui, avec un marché mature, des usages massivement mobiles et un Betcltic beaucoup plus robuste, les conditions sont réunies pour construire quelque chose de plus audacieux et durable.



Arrivé en 2021 au sein de Betcltic, Cyril Henry dirige le développement du produit Poker de l'opérateur bordelais. Un produit qui est passé en in-house début il y a un an après près de 10 ans de collaboration avec le réseau iPoker.

Qu'est-ce qui a déclenché le retour à l'idée d'un software propriétaire, au point d'en faire un sujet stratégique pour le groupe ?

Betcltic est une entreprise très user-centric. On parle tous les jours à nos joueurs, on les écoute, on essaie de faire évoluer le produit en fonction de leurs retours. Travailler avec un fournisseur externe comme Playtech nous a beaucoup fait grandir, on ne le renie pas du tout. Mais ce modèle a des limites.

Dès qu'un logiciel est partagé entre une douzaine d'opérateurs, il devient très compliqué d'imposer une ligne produit claire, d'aller à la vitesse que l'on souhaite et d'infuser l'ADN de la marque dans chaque détail de l'expérience.

À partir du moment où l'on a décidé de remettre l'expérience utilisateur au centre, la conclusion était assez évidente : si on veut un produit qui ressemble vraiment à Betcltic, il faut reprendre la main sur la plateforme.

Une fois la décision prise, quelles ont été les grandes étapes jusqu'au lancement du 9 décembre ? Et à quel moment vous êtes-vous dit « OK, on peut appuyer sur le bouton » ?

On a commencé par le plus important : se demander ce qu'on voulait faire dans le poker. Quel rôle on veut jouer sur le marché ? Pour quels joueurs ? Avec quels piliers ?

On s'est très vite alignés sur trois axes :

- l'accessibilité, pour rendre le poker lisible, abordable aux nouveaux joueurs et participer à la croissance globale du jeu ;
- une expérience immersive et divertissante, en allant chercher des technologies issues du jeu mobile pour proposer quelque chose de vraiment nouveau, qui soit moderne, fluide, visuellement qualitatif ;
- Continuer à garantir l'intégrité des jeux, en renforçant nos systèmes de protection, afin de faire face aux nouveaux outils de fraude.

Le « go » a été donné lorsque deux conditions ont été réunies : la plateforme devait répondre aux attentes essentielles des joueurs en matière de jeu, de fluidité, de stabilité et on devait avoir la certitude de pouvoir encaisser la bascule de Playtech vers notre soft maison du jour au lendemain.

Le choix du 9 décembre n'est pas anodin : c'est une période clé du calendrier pour le poker en ligne. Il y a du trafic, des enjeux, du volume. C'était le meilleur moment pour se confronter directement au marché et pour offrir un petit cadeau à nos joueurs.

Derrière, on a enchaîné sur un rythme quasi hebdomadaire de mises à jour et d'améliorations. Un an après, ce rythme est toujours là.

Le projet a été mené dans une grande confidentialité, tout en continuant à opérer sur Playtech. Comment avez-vous géré cette double vie : faire évoluer l'offre existante, tout en construisant un soft maison sans fuite ?

Avec Playtech, on avait une relation de long terme, des routines bien établies, un mode de fonctionnement efficace. Cela nous a permis de continuer à faire tourner la room et à la faire évoluer sans rupture jusqu'au jour de la transition.

En parallèle, le projet de soft propriétaire a été construit presque entièrement ex nihilo en termes d'équipes. On a recruté massivement : des développeurs, des profils produit, des spécialistes de la data, de l'intégrité du jeu... Les compétences nécessaires pour opérer une room sur un réseau partagé et celles nécessaires pour concevoir et gérer sa propre plateforme ne sont pas les mêmes, ni en volume, ni en nature.

La confidentialité, elle vient aussi de là : des équipes clairement identifiées, des circuits courts, et une vision très claire du fait que ce projet pouvait nous permettre d'aller contester le leader du marché. Dans un environnement aussi compétitif, on avait tout intérêt à garder ce développement pour nous le plus longtemps possible. Et puis, il y avait aussi l'envie d'offrir un vrai effet de surprise aux joueurs au moment du lancement. Il n'y avait pas eu de grande annonce tech dans le poker en ligne depuis une dizaine d'années !



En 2020, Betclie avait innové en étant le premier opérateur à proposer les Twisters directement dans l'application de paris sportifs. Une approche mobile-first que l'on retrouve en 2025 avec une seule application pour retrouver toute l'offre Poker et Paris Sportifs.

Sur quels points le modèle "fournisseur mondial" vous bridait le plus : innovation produit, spécificités françaises, rythme, lutte contre la triche ?

Produit, d'abord : Betclie a très tôt donné la priorité à l'expérience mobile. Plus on avançait sur ce segment, plus il devenait difficile de faire évoluer la plateforme, conformément à nos priorités. Il nous fallait donc reprendre la main.

C'était comme ça pour tous les sujets, et c'est normal d'ailleurs : une plateforme en réseau doit convenir à l'ensemble des clients, et tenir compte de législations différentes.

Reprendre la main sur notre logiciel, c'était reprendre la main sur la gouvernance globale du jeu, de l'expérience utilisateur jusqu'aux mécanismes anti-fraude.

Dans l'écosystème Betclie dominé par le pari sportif, le poker reste un produit complémentaire. Qu'est-ce qui justifie un investissement aussi massif dans un logiciel maison : maîtrise économique, rentabilité, différenciation, ambition de leadership ?

La mission de Betclie, c'est de faire grandir la passion du jeu, pas uniquement du sport. Le poker est au cœur de cet ADN. C'est un jeu d'argent en ligne avec une dimension stratégique, communautaire, très forte.

Avoir notre propre logiciel nous permet de : maîtriser l'économie du jeu dans le détail ; aligner le produit, les opérations et le marketing sur une vision de long terme, sans compromis et construire une proposition vraiment différenciante dans un marché qui commence à être mûr.

Et oui, l'ambition est clairement de se mettre en position d'aller chercher les leaders. Nous sommes aujourd'hui deuxième, assez nettement. L'objectif, à terme, est de viser la place de numéro 1 sur le poker régulé.



À l'ouverture du marché en 2010, Betclie utilisait la plateforme d'Everest Poker, société dont elle venait de faire l'acquisition. Quelques années plus tard, l'opérateur rejoignait pour une dizaine d'années

Betcltic a construit son succès en rendant accessibles les Twisters depuis l'app de paris sportifs, bien avant d'avoir son propre soft. C'était déjà une manière de poser les bases de cette stratégie ?

Complètement. L'intégration des Twisters (ou Spins) dans l'app de paris sportifs est un très bon exemple de notre état d'esprit. Cette expérience, c'est Betcltic qui l'a conçue, développée et poussée.

Quand on s'est réunis pour définir les piliers du nouveau logiciel, on s'est rendu compte qu'on avait déjà une culture très forte :

- simplicité d'accès ;
- parcours ludique, sans friction ;
- réduction maximale des barrières à l'entrée pour se mettre à jouer.

Dans la continuité, on a pris un choix structurant : une seule application qui regroupe aujourd'hui l'offre de paris sportifs et l'ensemble de l'offre poker. Ça va dans le sens de la simplification pour les joueurs (tout sous le même toit) et ça nourrit le cross-sell.

Concrètement, où en est le rapport mobile / desktop et qu'est-ce que ça change dans la façon de concevoir Betcltic Poker ?

Aujourd'hui, la très grande majorité de nos joueurs jouent sur mobile. Et ce n'est pas seulement vrai pour les profils récréatifs. Même des joueurs qu'on aurait imaginés rester sur desktop sont en train de basculer.

On voit aussi, dans les rapports de l'ANJ, que la tranche 18-35 ans est celle qui progresse le plus vite. Ce sont des joueurs habitués à une qualité d'app très élevée, à faire du multitasking, et à vivre des expériences rapides et fluides, qui empruntent beaucoup aux codes du jeu vidéo.

On a donc construit Betcltic Poker comme une expérience mobile first, et non pas comme un soft desktop adapté au mobile. Le desktop reste important, moderne, agréable, mais le centre de gravité est clairement sur le smartphone. Tout le reste découle de ce constat.

Dans un projet from scratch, il y a toujours des éléments sanctuarisés. Qu'est-ce qui, pour vous, était non négociable dans ce développement ?

Ce qu'on a sanctuarisé, c'est l'expérience à la table. Le poker est un jeu. L'important, ce n'est pas uniquement de gagner de l'argent, c'est de prendre du plaisir en jouant.

On a donc passé énormément de temps sur :

- la fluidité, pour que les joueurs expérimentés ne se sentent jamais ralentis ;
- l'immersion, avec des animations léchées, des détails visuels qui comptent ;
- le divertissement, avec parfois une réinterprétation de certains codes, comme ces jetons qui ne glissent pas, mais tombent en pluie sur la table.

On respecte l'authenticité du poker live, mais on assume totalement d'aller chercher des influences du jeu vidéo mobile. On veut parler à une génération qui a grandi avec Clash Royale et YouTube, pas seulement à ceux qui ont connu le premier boom des années 2000.

Comment avez-vous trouvé l'équilibre entre simplicité pour les joueurs récréatifs et profondeur de jeu pour les réguliers ?

On a commencé par accepter qu'on ne pouvait pas tout faire. L'accessibilité implique des choix. Très concrètement, chez Betcltic Poker, vous ne trouverez pas de Stud ou de Razz. On se concentre surtout sur le No Limit Hold'em, un peu de PLO, bref un poker lisible, mainstream.

Sur le cash game, on a aussi fait un choix fort : le lobby aveugle. Les joueurs ne choisissent pas précisément leurs tables. Là encore, c'est un arbitrage en faveur d'une expérience simple, moins intimidante, et plus saine.

Pour autant, on tient à garder une vraie profondeur pour les joueurs aguerris. On leur donne accès, via les options avancées, à un niveau de personnalisation élevé. L'interface de base reste simple et efficace pour la majorité, mais on laisse la possibilité aux plus expérimentés d'affiner très finement leur expérience.

Le passage au soft maison a-t-il été l'occasion de repenser les mécaniques d'engagement ? Et quels formats tirent aujourd'hui votre croissance : Spins, MTT, cash game ?

À chaque bascule de ce type, on se pose la question de ce qu'on garde et de ce qu'on réinvente. Le programme de loyauté, par exemple, a été ajusté, mais les grandes lignes sont restées.

En revanche, avec un produit maison, on a pu concevoir des mécaniques promotionnelles beaucoup mieux intégrées dans l'expérience, plus respectueuses de l'équité. On ne veut pas d'un système où ce sont toujours les mêmes qui sont récompensés. On réfléchit aussi à des leviers qui ne sont pas uniquement financiers : progression, statut, expérience de jeu.

Côté formats, on suit les grandes tendances du marché : les Spins sont en forte croissance, les MTT progressent également et le cash game est plus stable, parfois en léger recul globalement, mais nous, on est en croissance sur les trois.

Le MTT est un axe important. Sur le réseau Playtech, notre marge de manœuvre était contrainte : il fallait s'aligner sur les autres opérateurs sur la grille. Aujourd'hui, on augmente quasi chaque semaine nos garanties. On a vu récemment un 5 € qui a rassemblé plus de 3 500 joueurs pour plus de 16 000 € de garantie. C'est très rare de voir ça sur le marché français.

Et ce développement s'appuie beaucoup sur le cross-sell avec le pari sportif. Sans faire de campagne grand public massive sur le poker, on a réussi à devenir le deuxième opérateur. Nos opérations comme Double Madness ou Jingle Bet montrent que des joueurs qui ne jouaient pas ou peu au poker redécouvrent la verticalité, notamment via les MTT.

The image is a promotional banner for Betclic's 'Double Madness' tournament. It features a stylized illustration of a woman with purple hair and glasses on the left. The Betclic logo is in a red box at the top center. To the right, it says 'Du 05 au 07 décembre'. The main text reads 'DOUBLE MADNESS' in large, bold, purple and white letters. Below that, it says 'Mêmes tournois... GARANTIES DOUBLÉES!' in white on a dark blue background. At the bottom left, there is a disclaimer: '*SOUS RÉSERVE D'INSCRIPTION, PRIX D'ENTRÉE SELON TOURNOI'. At the bottom right, there is a '18+' age restriction icon and a logo for the French government with the text 'LES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD PEUVENT ÊTRE DANGEREUX : PERTES D'ARGENT, CONFLITS FAMILIAUX, ADDICTION... RETROUVEZ NOS CONSEILS SUR JOUEURS-INFO-SERVICE.FR (09 74 75 13 13 - APPEL NON SURTAXÉ)'.

Après s'être focalisé sur l'offre Spin & Rush, l'opérateur développe petit à petit une offre Poker complète avec notamment une offre de tournois qui s'étoffe comme récemment la promotion le Double Madness qui a rassemblé plusieurs milliers de joueurs.

Disposer de votre propre logiciel vous permet aussi de pousser beaucoup plus loin la lutte contre la collusion, les bots, la fraude.

En quoi cela change-t-il concrètement votre approche ?

Depuis l'origine, l'équité est au cœur de notre architecture. Aujourd'hui, la lutte anti-triche, c'est d'abord et avant tout de la data. Avec notre propre plateforme, on peut collecter des volumes massifs, entraîner nos modèles maison et déployer des outils qui se situent au plus près de l'action, au niveau de la table.

Notre objectif, c'est de détecter le plus tôt possible les comportements douteux, et pas simplement de faire des analyses post-mortem.

C'est un chantier largement invisible pour le grand public, mais absolument crucial. Les outils d'IA ont aussi amené de nouvelles possibilités pour les tricheurs. Si les opérateurs ne mettent pas de gros moyens sur l'intégrité, c'est tout

l'écosystème qui est en danger. Nous, on considère que c'est une nécessité, pas juste un sujet défensif.

Les Enjeux : Depuis 2020, Betcllic a réussi à se positionner solidement comme deuxième opérateur du marché poker. Comment résumeriez-vous aujourd'hui votre proposition de valeur par rapport aux autres rooms régulées en France ? Et où se situe le live dans cette stratégie ?

Je vois trois grands éléments différenciants.

Le premier, c'est cette expérience mobile first réellement poussée jusqu'au bout. Nos joueurs sont plus jeunes que la moyenne du marché, ils attendent de leurs apps la même qualité que celle de leurs réseaux sociaux ou de leurs jeux vidéo. On a construit un produit pour eux : rapide, accessible, divertissant.

Le deuxième, [c'est l'intégrité du jeu](#). On veut devenir la référence française du sujet. Un tiers de nos développeurs travaille là-dessus, mais ça se traduit aussi dans les règles qu'on applique : nous sommes, par exemple, la seule room en France à interdire explicitement le lobby sharing en Spins & Go. Les joueurs ne peuvent télécharger leurs mains qu'une fois par jour, pour qu'ils puissent travailler hors table sans transformer l'expérience en exercice de data mining industriel. À la table, on veut que ce soit la compétence et les décisions qui fassent la différence.

Le troisième, c'est la proximité avec la communauté. Notre Discord compte plus de 400 membres, on y est tous les jours, moi compris. On discute sur Club Poker, on écoute, on ajuste. Le produit et l'offre évoluent avec les joueurs, pas dans un vase clos.

Sur le live, on est lucides : c'est un terrain marketing très puissant, qui participe à l'incarnation de la marque. Aujourd'hui, notre priorité reste de verrouiller l'excellence de l'expérience online, mais il est évident que le live fait partie des prochaines étapes. Disons qu'en début d'année 2026, on aura sûrement des choses intéressantes à annoncer de ce côté-là.

[elementor-template id="29824"]

Si, dans tout ce que nous avons abordé, il manquait une question essentielle pour comprendre la démarche de Betcllic autour de ce nouveau logiciel, quelle serait cette question... et quelle en serait votre réponse ?

Je pense que la question serait : « Pourquoi les joueurs devraient venir jouer chez Betcllic ? »

Ma réponse, c'est qu'on a conçu une expérience qui colle au plus près des usages d'aujourd'hui. Une expérience jeu moderne, intuitive, accessible. Beaucoup de joueurs découvrent le poker grâce à Betcllic, et nos chiffres de rétention montrent qu'ils restent.

Ils restent parce qu'ils trouvent :

- un produit incomparable, avec de vraies innovations, pas seulement des coups marketing ;
- une équipe à leur écoute sur Discord, sur les forums, via le support, prête à faire remonter les attentes pour faire évoluer le produit en continu ;
- une room sécurisée, qui défend l'intégrité du jeu.

Et surtout, ils trouvent un opérateur qui a une vision de long terme pour le poker régulé. Notre objectif, c'est de continuer à faire grandir un écosystème pérenne, innovant et responsable. On est déjà très fiers du chemin parcouru en un an... et on va encore livrer beaucoup de belles choses en 2026 et au-delà.