

Circus Casino France : dix ans de croissance dans l'Hexagone



Vincent Reynaert

Publié le 11 mars 2026 . Lecture estimée : 10 min



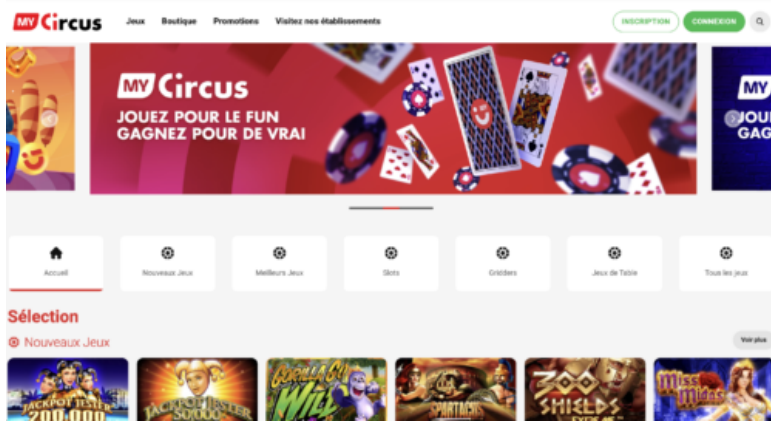
Dix ans après son arrivée dans l'Hexagone, Circus Casino France revendique une place désormais installée dans le secteur des casinos. Entre acquisitions ciblées, structuration d'une équipe française et vision hybride mêlant retail et online, le groupe, détenu par le groupe belge Gaming 1, poursuit une stratégie progressive pour gagner du terrain sur un marché encore très régulé.

Les anniversaires d'entreprise sont souvent l'occasion de dresser un bilan. Pour [Circus Casino France](#), la décennie qui vient de s'écouler ressemble à une phase de construction patiente plutôt qu'à une conquête spectaculaire. Arrivé sur le marché français en 2016, le groupe belge a choisi une trajectoire progressive, faite d'acquisitions ciblées, de structuration interne et d'ancrage territorial. Pour [Sébastien Leclercq](#), directeur de Circus Casino France, cette première décennie est d'abord une histoire de fierté. Non pas celle d'une expansion fulgurante, mais celle d'un développement régulier qui a permis de bâtir une véritable entité française. Depuis son arrivée en France, le groupe a constitué un portefeuille de huit casinos dont un en Suisse. À cela s'ajoutent le rachat de la société SFM [Caps International](#), la création du Club Circus à Paris et la gestion du casino de Davos, détenu par une autre société du groupe Gaming 1. Mais au-delà des actifs, Sébastien Leclercq insiste sur un point souvent moins visible : la construction d'une organisation française capable de fonctionner avec une réelle autonomie. Si Circus Casino France appartient bien au groupe Circus et s'inscrit dans l'écosystème technologique de Gaming1, l'entité française dispose depuis 2018 de ses propres équipes et de ses propres relais opérationnels. Cette structuration locale est, selon lui, une des clés du développement du groupe dans l'Hexagone. Le pari n'était pas gagné d'avance. Le marché français du casino reste dominé par quelques opérateurs historiques solidement implantés, et les nouveaux entrants doivent composer avec un cadre réglementaire exigeant et un système de délégation de service public très compétitif. Dans ce contexte, la progression du groupe s'est faite étape par étape, avec l'objectif de consolider chaque implantation avant d'envisager la suivante.

Une marque désormais identifiée

Dix ans après ses premiers pas en France, Circus revendique aujourd'hui une marque identifiée à la fois auprès du grand public et des professionnels du

secteur. Selon Sébastien Leclercq, l'un des motifs de satisfaction est précisément cette reconnaissance progressive de la marque. Circus est aujourd'hui connu aussi bien dans l'univers B2C, auprès des joueurs, que dans l'écosystème B2B du secteur. Le groupe a également cherché à développer une offre globale autour de son activité de casino terrestre. Cette logique s'est traduite par la mise en place d'un dispositif à 360 degrés incluant notamment un site de paris sportifs, circusbet.fr, ainsi qu'un site de casino en ligne en mode play for fun, MyCircus.net.



Avec son site MyCircus.net, le groupe propose déjà une offre de casino en ligne en mode gratuit. Une manière de permettre à ses joueurs de développer un usage sans risque financier.

Cette stratégie vise à installer la marque dans différents univers de jeu tout en restant dans le cadre réglementaire français. Rien n'est parfait, reconnaît Sébastien Leclercq. Mais la marque a gagné en visibilité et en crédibilité, ce qui constitue une base solide pour la suite.

Un lancement facilité par la réputation du groupe

Lorsque Circus Casino France se lance en 2016, le groupe belge ne part pas totalement de zéro. Circus et [Gaming1](#) disposent déjà d'une réputation bien établie dans l'industrie du jeu. Cette crédibilité a joué un rôle important dans les premières années d'implantation. Selon Sébastien Leclercq, ce capital de confiance a permis au groupe d'être pris au sérieux immédiatement par les autres opérateurs français mais aussi par les collectivités territoriales, acteurs centraux dans l'attribution des délégations de service public. Ce contexte a facilité les premiers échanges et les premières opportunités, même si la concurrence reste forte. Depuis, d'autres opérateurs belges se sont intéressés au marché français. Sébastien Leclercq considère toutefois que Circus a contribué à ouvrir la voie. L'arrivée du groupe aurait, selon lui, suscité un intérêt accru pour l'Hexagone auprès d'acteurs comme Golden Palace ou le groupe Infiniti.

Une évolution perceptible du profil des joueurs

En dix ans, le secteur du casino n'est pas resté figé. Les profils de joueurs ont évolué et les attentes également. Sébastien Leclercq observe notamment un rajeunissement de la clientèle. Une partie du public se montre aujourd'hui plus attirée par les jeux traditionnels, qu'ils soient électroniques ou non. Il souligne aussi un phénomène intéressant : les joueurs arrivent désormais avec une certaine forme d'éducation au jeu. Même si l'activité reste illégale en France, le casino en ligne a, selon lui, contribué à familiariser une partie du public avec les mécaniques de jeu. Les joueurs arrivent donc souvent avec une meilleure

compréhension des règles et des formats. Cette évolution modifie progressivement la manière d'aborder l'offre de jeu dans les établissements terrestres. Mais pour Sébastien Leclercq, le cadre réglementaire français ne permet pas toujours de suivre cette évolution des usages. Ce cadre ne suit pas l'évolution du secteur et engendre un retard favorable, de facto, au jeu illégal. Il évoque notamment l'exemple du casino du groupe à Namur, en Belgique, où les tables de jeux connaissent une activité particulièrement dynamique grâce à un environnement réglementaire plus souple. Pour les opérateurs français, l'enjeu est donc de pouvoir adapter leur offre à des joueurs dont les habitudes ont déjà évolué.



Depuis le mois de janvier, les casinos du groupe Circus Casino France multiplient les célébrations pour le plus grand plaisir de leurs habitués !

Le débat du casino en ligne

La question du casino en ligne reste l'un des sujets centraux pour les casinotiers français. Circus Casino France appartient au groupe Gaming1, qui développe depuis 2010 des technologies et des plateformes de jeu en ligne. Cette dimension technologique constitue un atout stratégique pour l'ensemble du groupe. Pour Sébastien Leclercq, cette filiation est essentielle. Elle permet au groupe de maîtriser sa propre technologie et de disposer d'une expertise online qui complète l'activité terrestre. Mais au-delà de la question technologique, le directeur de Circus Casino France défend une conviction plus large : à long terme, les activités retail auront besoin du online pour rester compétitives. Il compare cette évolution à celle observée dans d'autres secteurs comme la grande distribution ou le luxe, où les stratégies hybrides sont devenues la norme. Dans cette logique, Sébastien Leclercq soutient avec ardeur la position défendue par Casinos de France, organisation professionnelle dont il est membre actif. Si le syndicat ne plaide pas pour une ouverture du marché du casino en ligne, il souhaite, le cas échéant, que celle-ci soit encadrée avec un modèle proche de ceux mis en place en Suisse ou en Belgique. Dans ces pays, l'activité online est réservée aux opérateurs terrestres disposant déjà d'une licence de casino. Ce modèle permettrait, selon lui, de maintenir un cercle vertueux entre le retail et le digital. Il évoque également la possibilité pour des opérateurs purement online d'investir dans des casinos terrestres afin d'accéder au marché en ligne. L'objectif serait d'éviter une concurrence frontale entre deux univers tout en garantissant une

cohérence globale du secteur.

Des performances en progression

Sur le plan économique, l'exercice 2024-2025 confirme la progression du groupe en France. Circus Casino France a enregistré un produit brut des jeux de 48,6 millions d'euros, hors Club Circus. Cela représente une progression de 3,8 % par rapport à l'exercice précédent. La fréquentation a également progressé, avec une hausse de 1,3 % du nombre d'entrées. Parmi les établissements du groupe, le casino de Vals-les-Bains reste le principal contributeur avec un PBJ de 12,9 millions d'euros. Il est suivi par le casino de Balaruc, qui atteint 10,4 millions d'euros. Ces résultats confirment la solidité du portefeuille d'établissements et le potentiel de certains sites.



Le casino de Vals-les-Bains, dans l'Ardèche, est le plus important du groupe Circus Casino France avec un PBJ approchant les 13 millions d'euros et en progression constante.

Un potentiel de développement encore important

Pour les années à venir, Circus Casino France entend poursuivre sa progression dans la hiérarchie nationale. Plusieurs établissements du groupe disposent encore d'un potentiel d'évolution. C'est notamment le cas de Vals-les-Bains, mais aussi de Balaruc, dont un changement de localisation pourrait ouvrir de nouvelles perspectives. [Le casino de Port-Leucate](#) constitue également un exemple intéressant. L'établissement a connu une progression marquée de son produit brut des jeux sur l'exercice 2024-2025 et de plus de 250% depuis son acquisition. Au-delà de ces optimisations locales, le groupe reste attentif aux opportunités de croissance externe. Circus Casino France s'est positionné sur plusieurs délégations de service public mises en jeu ces derniers mois, avec pour objectif de développer des établissements présentant un modèle économique durable et une rentabilité satisfaisante, plutôt que de rechercher une simple logique d'expansion. La stratégie du groupe suit aussi un objectif : renforcer la présence du groupe dans des zones géographiques où la marque est encore absente. Cela pourra passer soit par l'acquisition d'établissements existants, soit par la conquête d'une nouvelle délégation de service public.

Percer progressivement sur le marché français

À écouter Sébastien Leclercq, la trajectoire future de Circus Casino France restera fidèle à la philosophie qui a guidé ses dix premières années. Le groupe ne cherche pas la croissance à tout prix mais une progression régulière et maîtrisée. Même si le rythme de développement s'est quelque peu ralenti récemment, l'objectif reste

clair : gagner progressivement des parts de marché dans l'Hexagone. Dans un secteur où l'histoire et les réseaux locaux jouent un rôle majeur, l'installation d'un acteur étranger demande du temps. Dix ans après son arrivée, Circus Casino France semble avoir franchi une première étape : celle de la légitimité. La prochaine décennie dira si cette implantation progressive peut se transformer en véritable montée en puissance dans le paysage casinotier français.