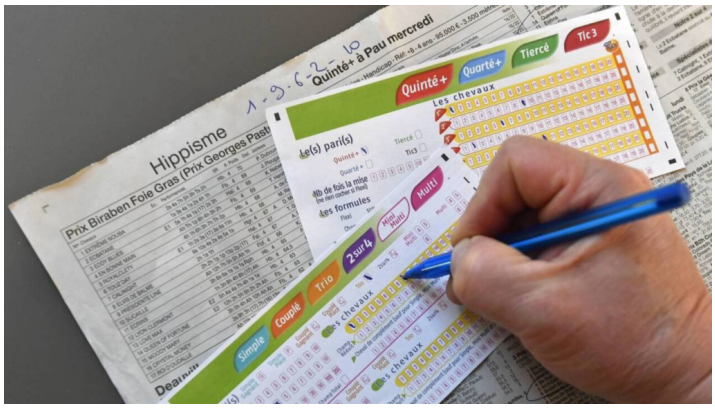
LES ENJEUX

CHIFFRES & PERFORMANCES | BUSINESS | JEUX | PARIS HIPPIQUES

PMU : un début d'année sous tension pour le réseau physique



Vincent Reynaert
Publié le 8 avril 2026 . Lecture estimée : 3 min



Malgré des initiatives récentes pour relancer son activité, le PMU entame 2026 sur une dynamique négative. Entre recul des mises et baisse marquée du produit brut des jeux, c'est surtout le réseau physique qui inquiète, au moment où l'opérateur tente de rééquilibrer son modèle.

Le début d'exercice 2026 du PMU ne passe pas inaperçu, mais pas forcément pour les bonnes raisons. Comme le rapporte Sylvain Copier dans Paris Turf, les indicateurs du premier trimestre virent clairement au rouge, confirmant une tendance déjà observée ces derniers mois.

Sur le premier trimestre, les enjeux hippiques totaux s'établissent à 2,1 milliards d'euros, en recul de 3,2 %. Le PMU tient cependant à préciser que ce chiffre est en partie tiré vers le bas par l'international, en chute de 24 % : hors de cette composante, le recul des enjeux France se limite à 1,8 %, soit -33 millions d'euros. Le contexte a aussi joué : la vague de froid de janvier a perturbé les déplacements des parieurs et entraîné l'annulation de plusieurs réunions, tandis que le vendredi 13 mars, composé notamment de trois courses à Enghien, dont le Quinté+, ont été annulées, pour un impact estimé à -7 millions d'euros net. Neutralisez ces annulations, et février comme mars reproduisent globalement les niveaux de 2025.

Ces éléments sont réels. Ils n'effacent pas pour autant le fond du tableau. Car si l'on regarde le vrai nerf de la guerre, le Produit Brut des Jeux, la situation se tend davantage, avec une baisse proche de 6,5 %. Et c'est là que le bât blesse.

Le réseau physique en première ligne

Sur le terrain, ce décrochage n'a rien d'abstrait. C'est bien le réseau physique qui encaisse le choc. Malgré quelques ajustements annoncés en début d'année, notamment sur la rémunération des partenaires, les points de vente continuent de tirer la performance globale vers le bas. Une réalité que beaucoup d'acteurs du réseau constatent déjà au quotidien. C'est sur le terrain que tout se joue.

Dans le même temps, le PMU tente d'envoyer des signaux positifs. Le lancement de PMU PLAY côté digital ou encore les efforts pour redonner du pouvoir de jeu aux parieurs montrent une volonté d'agir. Mais ce choix stratégique, notamment la hausse du taux de retour sur certains produits comme le Simple, divise. Certains y voient un levier nécessaire pour relancer l'attractivité, d'autres pointent un risque direct sur les marges.

Le paradoxe est là. L'opérateur se montre actif, multiplie les annonces, ajuste son offre… mais son cœur de métier, le pari hippique en point de vente, reste fragilisé. Et c'est bien ce socle historique qui conditionne l'équilibre global.

Dans ce contexte, difficile de tirer des conclusions définitives. Le premier trimestre donne une tendance, mais il faudra attendre une vision plus large pour juger de l'ampleur du phénomène. Le prochain rapport annuel de l'Autorité Nationale des Jeux devrait justement permettre d'éclairer la dynamique globale du marché en 2025 et de mieux situer le PMU dans cet environnement en mutation.