

## Le Pasino Grand Aix-en-Provence, l'autre gagnant du WiPT 2026



**Vincent Reynaert**

Publié le 9 avril 2026 . Lecture estimée : 7 min



*Si la finale du Winamax Poker Tour 2026 fut une réussite pour les équipes de Winamax et pour les joueurs, l'organisation n'est pas en reste et notamment le Pasino Grand Aix-en-Provence. À quelques jours d'accueillir un nouveau festival d'envergure, le WSOP Circuit, nous avons fait le point sur l'intérêt pour l'établissement d'accueillir ces événements.*

Le poker a longtemps été perçu comme un produit capricieux dans l'économie d'un casino. Une discipline qui mobilise beaucoup d'espace, beaucoup de personnel, pour un produit brut jeux (PBJ) structurellement limité par rapport aux machines à sous ou aux jeux de table classiques. Pour le [Pasino Grand à Aix-en-Provence](#), l'organisation de festival comme le [WiPT 2026](#) vient contredire ce raisonnement, non pas sur le registre du tournoi lui-même, mais sur ce qu'il déclenche autour de lui.

Selon les équipes marketing du Groupe Partouche, l'accueil d'un tel événement génère une hausse de fréquentation dépassant les 40%. Ce chiffre ne concerne pas les participants au tournoi. Il porte sur l'ensemble de la fréquentation du Pasino Grand pendant les dix jours du WiPT 2026, toutes activités confondues. Une hausse de 42 % par rapport à la même période en 2025. C'est le premier indicateur à retenir, parce qu'il dit quelque chose de structurel : un festival de poker ne crée pas une bulle étanche. Il irrigue. Le WiPT 2026 a totalisé 11 376 entrées, contre 9 790 l'année précédente, soit une progression de 16 %. Le Main Event a atteint 3 610 entrées, un record absolu pour l'événement, avec un prize pool de 3 338 052 euros contre 2 981 385 euros en 2025. Ces volumes sont significatifs, mais ils ne constituent que la face visible du phénomène. Ce qui intéresse un opérateur, c'est la clientèle induite. Le profil des joueurs Winamax, venant de toute la France, peu ou pas habitués aux casinos physiques, représente une entrée de clientèle nouvelle dans l'établissement. Des joueurs qui, le temps d'une pause entre deux tournois, franchissent la porte d'un espace jeux traditionnel qu'ils n'auraient probablement jamais poussé autrement. C'est aussi ce qui motive les établissements du Groupe à accueillir de nombreux événements en collaboration étroite avec [Texapoker](#).

### Une hausse de fréquentation qui se traduit en PBJ

Sur l'ensemble des activités jeux, le PBJ progresse d'un tiers pendant la période du festival comparé à une semaine "normale". La décomposition de ce chiffre est instructive. Parmi l'offre de jeu proposée, ce sont les jeux de table qui tirent le plus profit de la présence des joueurs de poker avec un PBJ qui n'est pas loin de doubler (+46%). L'animation renforcée et le trafic additionnel expliquent en partie ce résultat, mais pas uniquement. La présence de joueurs de poker dans l'établissement, familiers des mécaniques de jeu et de la prise de risque calculée, génère une appétence naturelle vers les tables de black-jack ou de roulette. C'est un effet de porosité que les équipes du Pasino Grand ont visiblement su canaliser. Les machines à sous ont elles aussi progressé dans des proportions solides mais bien moins importantes. L'impact est plus diffus, lié à la fréquentation globale plutôt qu'à un ciblage précis. Cette donnée est à lire comme un plancher : il traduit la mécanique de base d'un afflux de visiteurs, sans activation marketing spécifique sur ce segment. Quant au cash game poker, la progression reste limitée à +3 points de PBJ. Paradoxe apparent : le succès du tournoi a cannibalisé l'activité cash game, les tables ayant été priorisées pour les événements du festival. C'est un arbitrage assumé, cohérent avec une logique de produit d'appel : le tournoi n'est pas censé maximiser son propre PBJ, mais celui de l'ensemble de l'établissement.



*Pendant toute la durée du festival, la salle de spectacle, qui accueille aussi les grands événements poker, a fait le plein. Une masse de joueurs qui, une fois leur tournoi terminé, continue de consommer dans le Pasino. Crédit photo : Guillaume Gleize / Winamax*

## Une occasion d'agrandir sa propre base clients

C'est peut-être le chiffre le plus stratégique de tous. Durant les dix jours du WiPT 2026, l'encartage au programme Players Plus a progressé de 300 % par rapport à une période comparable. Un résultat obtenu grâce à un dispositif délibérément construit autour du parcours joueur. Le Pasino Grand a rendu l'inscription à la carte de fidélité vivement conseillée pour participer aux tournois, avec la possibilité d'acheter son buy-in directement depuis l'application Partouche. Un processus spécifique a été mis en place dès l'entrée de l'établissement pour couvrir 100 % de la clientèle tournoi : création de carte physique ou dématérialisée sur place, achat du ticket intégré à l'application. Le résultat : aucun joueur ne repart sans laisser une trace dans la base de données de l'opérateur. Ce chiffre de +300 % aurait même pu être plus élevé. Une partie des participants au WiPT 2026 avaient déjà créé leur carte lors de l'édition 2025. La base est donc en train de se consolider d'une année sur l'autre, ce qui change la nature du festival : il ne s'agit plus seulement d'un événement ponctuel, mais d'un mécanisme d'embasement récurrent.

## Des retombées hors-jeux non-négligeables et non réservées au seul Pasino Grand

La progression de 20 % du chiffre d'affaires restauration pendant le festival n'est pas un détail. Elle reflète une adaptation opérationnelle réelle : l'offre a été étoffée avec une proposition street food en complément du restaurant Le Grandioz, permettant de servir deux typologies de clientèle sans les faire se nuire mutuellement. Certains soirs, l'établissement a dépassé 420 couverts en double service. Ce n'est pas un chiffre de restaurant gastronomique parisien. C'est un chiffre de production industrielle pour une cuisine d'établissement de jeux. Sur l'hôtellerie, les données directes font défaut côté Pasino, l'hôtel Aquabella, appartenant au Groupe Partouche, étant une structure indépendante. Ce qui est néanmoins certain, c'est que l'organisation d'un tel événement impacte l'ensemble des hôtels d'Aix-en-Provence pendant la période d'un festival drainant des joueurs, qualifiés ou non, venant de tout l'Hexagone. Ce type d'externalité positive est rarement intégré dans les calculs de rentabilité d'un festival de poker. Elle mériterait de l'être aussi bien par le casino que par les collectivités locales..

## Ce que le WiPT dit du modèle

Un festival de poker bien construit ne se mesure pas à son prize pool. Il se mesure à ce qu'il génère autour de lui : fréquentation globale, activation des activités annexes, acquisition de données clients, retombées sur la filière hôtelière et restauration locale. Le Pasino Grand à Aix-en-Provence en apporte une démonstration quantifiée, sur deux éditions consécutives, avec des volumes en progression. La vraie question que ces chiffres posent, c'est celle de la reproductibilité du modèle. Le Pasino Grand bénéficie d'une configuration rare : une capacité d'accueil adaptée aux grands formats, une localisation qui facilite les déplacements depuis plusieurs grandes villes, et une relation établie avec Winamax dont la base de joueurs constitue le carburant du dispositif. Mais tous les casinos ne disposent pas de ces paramètres ce qui peut les freiner dans leur volonté d'accueillir ce type d'événement.