

EPT Monte Carlo : la hausse des buy-ins commence à peser sur la fréquentation



Vincent Reynaert

Publié le 11 mai 2026 . Lecture estimée : 5 min



Trois mois après son retour à Paris, PokerStars retrouvait l'un de ses rendez-vous historiques avec l'EPT Monte Carlo. Un décor familial, une image premium intacte et toujours ce mélange entre poker haut de gamme et prestige monégasque. Pourtant, derrière les photos du Monte Carlo Bay Hotel & Resort et les tables télévisées, les chiffres racontent une autre histoire. Celle d'une fréquentation en baisse, qui commence à interroger la stratégie live du groupe.

Le constat est simple. [Le Main Event de l'EPT à 5 300 euros](#) n'a pas bougé tarifairement, mais il perd malgré tout près de 200 entrées par rapport à 2025. Avec 1 011 inscriptions enregistrées cette année, l'épreuve affiche une baisse de 15,4 %.

Sur le plan du résultat « sportif », la transition reste dans la continuité puisque le trophée reste entre les mains d'un joueur russe. Après Aleksander Shevliakov en 2025, c'est Roman Stoica qui s'impose cette année. Mais économiquement, la différence est notable. Là où le vainqueur de l'édition précédente repartait avec un million d'euros, Stoica encaisse « seulement » 825 000 euros.

La baisse du nombre d'entrées impacte mécaniquement le prize-pool, malgré une structure toujours attractive pour les joueurs réguliers du circuit.

À première vue, plusieurs facteurs peuvent expliquer cette baisse. Le contexte économique européen reste tendu, les coûts de déplacement augmentent et Monaco demeure une destination particulièrement chère pour une partie du public poker. Mais difficile de ne pas regarder également du côté des choix stratégiques opérés par PokerStars ces derniers mois.

Une montée en gamme assumée

En février dernier, [Julien Liarte expliquait que la hausse de certains buy-ins répondait à une volonté d'améliorer "le produit"](#) proposé aux joueurs. L'idée est claire : positionner davantage les étapes EPT sur un segment premium, avec des structures plus confortables, une expérience plus qualitative et des prize-pools maintenus à un niveau élevé.

Sur le papier, la logique se tient. Dans les faits, les chiffres montrent que cette montée en gamme réduit une partie du volume.

Le meilleur exemple reste le PokerStars Open, tournoi d'ouverture du festival. En 2025, l'événement affichait un buy-in de 1 100 euros et attirait 2 387 joueurs. Cette année, le ticket est passé à 1 650 euros. Résultat immédiat : seulement 1 634 entrées enregistrées, soit une baisse de 31,5 %.

Même dynamique sur la PokerStars Open Cup. Le buy-in est passé de 550 à 825 euros et la fréquentation chute de 28,6 %.

Certes, les hausses tarifaires permettent de préserver des prize-pools importants et un certain standing. Mais elles modifient aussi la nature du public présent sur les festivals. Les joueurs occasionnels, les profils semi-professionnels ou les grinders européens les plus sensibles au coût global du séjour peuvent désormais hésiter davantage.

Et dans un environnement où les alternatives live se multiplient, cette donnée devient centrale.



Roman Stoica, le vainqueur de cette édition 2026 de l'EPT Monte-Carlo, n'affiche pas un si grand sourire. Peut-être est-il déçu de ne pas avoir pris un million comme son prédécesseur ?

Sanremo, le contre-exemple qui interroge

À quelques kilomètres seulement de Monaco, [l'Italian Poker Open organisé à Sanremo par Texapoker](#) offre un contraste intéressant.

Depuis plusieurs années, le festival italien profite du flux de joueurs présents sur la Côte d'Azur pendant l'EPT pour proposer une alternative plus accessible économiquement. Une stratégie qui semble fonctionner de mieux en mieux.

Le Main Event à 550 euros enregistre cette année 3 766 inscriptions après dix journées de départ. Une hausse de 9,7 % par rapport à 2025. Le prize-pool atteint 1,7 million d'euros et le vainqueur repartira avec 270 000 euros.

Le différentiel est révélateur. Là où l'EPT assume une logique premium, Sanremo capitalise sur le volume et l'accessibilité.

Cela ne signifie pas que les deux offres ciblent exactement le même public. L'EPT conserve une puissance de marque incomparable dans le poker live européen. Pour beaucoup de joueurs, gagner un trophée PokerStars ou participer à un Main Event EPT reste une expérience à part entière.

Mais le succès parallèle de Sanremo montre qu'une partie du marché continue de rechercher des festivals à forte densité de joueurs avec des buy-ins plus abordables.

Un modèle économique en transition

La vraie question n'est probablement pas de savoir si l'EPT Monaco 2026 est un succès ou un échec. Avec plus de 1 000 entrées sur le Main Event, le festival reste l'un des rendez-vous majeurs du calendrier européen.

En revanche, cette édition confirme une trajectoire.

PokerStars semble progressivement accepter l'idée d'un circuit moins massif mais davantage premiumisé. Une stratégie qui peut répondre à plusieurs enjeux : hausse des coûts opérationnels, recherche de rentabilité, volonté de mieux contrôler l'expérience joueur ou encore repositionnement marketing du produit live.

Le risque, à moyen terme, est cependant de fragiliser l'écosystème intermédiaire. Celui des joueurs capables de venir plusieurs fois par an sur le circuit mais qui arbitrent désormais davantage leurs déplacements et leurs bankrolls.

Le poker live européen est devenu extrêmement concurrentiel. Entre les circuits régionaux, les festivals indépendants et les opérateurs capables de proposer des gros fields à petits buy-ins, les joueurs ont aujourd'hui davantage de choix qu'il y a dix ans.

Et dans ce contexte, chaque hausse tarifaire produit désormais un effet immédiat et mesurable sur la fréquentation.

L'EPT Monte Carlo 2026 ne marque donc pas une rupture brutale. Mais il confirme que la stratégie live de PokerStars entre dans une nouvelle phase. Plus premium, plus sélective et probablement moins orientée vers le volume massif qui a longtemps fait la force historique du circuit.