LES ENJEUX

STRATÉGIES DES OPÉRATEURS | POKER

Le réseau PokerStars, la dernière étape franchie

Vincent Reynaert
Publié le 23 septembre 2026 . Lecture estimée : 7 min

En ouvrant son logiciel et sa liquidité à des opérateurs tiers, PokerStars acte ce que les chiffres suggéraient depuis plusieurs saisons : la marque qui a façonné le poker en ligne moderne ne suffit plus, à elle seule, à remplir ses tables. Retour sur un déclassement en plusieurs actes.

Il fut un temps où PokerStars n'était pas une room parmi d'autres : c'était le poker en ligne. Fondée en 2001 par Isaï Scheinberg, la plateforme a accompagné, et largement provoqué, le boom des années 2000. C'est sur ses tables qu'un comptable du Tennessee, Chris Moneymaker, décroche en 2003, via un satellite à moins de 100 dollars, son ticket pour le Main Event des WSOP, qu'il finira par remporter. L'histoire devient le récit fondateur de toute une industrie.

Suivront le Sunday Million, les séries SCOOP et WCOOP, l'European Poker Tour lancé en 2004 et une Team Pro qui réunit les plus grands noms du circuit. Il y a une quinzaine d'années, PokerStars concentrait les plus beaux tournois, les plus gros prize pools et les tables de cash game les plus fournies. Le pique rouge floqué sur un sweat au bord d'une table finale était un signe d'appartenance à l'élite. Pour un joueur ambitieux, il n'existait pas vraiment d'alternative.

Une lente érosion

Comme nous l'écrivions dans ces colonnes il y a bientôt un an, la descente s'amorce avec le départ d'Isaï Scheinberg, au moment de la vente de la société à Amaya en 2014. S'ouvre alors une ère de financiarisation : la room change de mains, de priorités, puis de maison mère. La fusion à 9 milliards de dollars avec Paddy Power Betfair, finalisée en mai 2020, donne naissance à Flutter Entertainment. Dans un groupe tourné d'abord vers les paris sportifs et le casino, le poker devient une verticale parmi d'autres.

Pendant ce temps, de nouveaux champions émergent. En France, Winamax impose son logiciel, sa culture et son ton, jusqu'à devenir la référence incontestée du marché. À l'échelle mondiale, GGPoker profite de la pandémie pour accélérer et s'installer en tête du classement. Le symbole le plus cruel reste le départ de Daniel Negreanu, visage historique du pique rouge, qui rejoint GGPoker début 2020.

À la concurrence s'ajoute la réglementation. L'essor des marchés régulés localement, avec le ring-fencing et les restrictions sur le partage transfrontalier des joueurs, a fragmenté la liquidité du poker en ligne et affaibli l'avantage historique de PokerStars. Le modèle d'une room mondiale unique, qui avait fait sa force, devient un handicap.

Les WCOOP, thermomètre d'un déclin

Pour mesurer la perte de vitesse de la room au pique rouge, il suffit de se pencher sur sa vitrine : les WCOOP, organisés sur le .com. En 2023, la série proposait 340 tournois pour une dotation garantie de 80 millions de dollars. Trois éditions plus tard, l'édition 2026, la 25e de l'histoire, aligne 350 tournois, soit dix de plus, mais avec environ 40 millions de dollars de garanties au total, en comptant l'événement anniversaire du Sunday Million garanti 5 millions. La garantie est divisée par deux, et même davantage si l'on retire ce tournoi anniversaire du calcul.

Une garantie est un pari sur la fréquentation. La diviser par deux revient à admettre que les joueurs ne sont plus au

rendez-vous en nombre suffisant. PokerStars n'attire plus assez de monde autour de son offre et de son logiciel pour maintenir son niveau d'antan.

Les WCOOP ont été brandés depuis le début par PokerStars comme le pendant Online des WSOP… jusqu'à l'arrivée de GGPoker qui propose régulièrement des séries de tournois mieux dotées.

Ce que dit vraiment l'ouverture du réseau

C'est dans ce contexte qu'il faut lire l'annonce de cette semaine. Sur son nouveau site vitrine, pokerstarsnetwork.com, PokerStars se présente désormais comme une plateforme B2B. Le réseau y revendique 12 licences couvrant plus de 130 pays et plus de 3 millions de joueurs actifs. Aux partenaires, il promet l'accès à son portefeuille de produits et de sous-marques emblématiques, dont le Sunday Million, les Spin & Go et l'European Poker Tour.

Le mouvement a été préparé en interne. Flutter a d'abord regroupé ses propres marques : Sisal et SNAI en Italie, puis Betfair au Royaume-Uni. Le 13 août, Betfair a quitté iPoker pour devenir la première marque du nouveau PokerStars Network, avant Paddy Power et Sky Poker d'ici la fin de l'année. Flutter ne cachait d'ailleurs pas ses motivations : le groupe reconnaissait qu'un patchwork de réglementations avait fragmenté le jeu mondial et que les joueurs en subissaient les effets, avec des fields plus maigres et des prize pools plus modestes.

L'étape franchie aujourd'hui est d'une autre nature : il ne s'agit plus de mutualiser des marques sœurs, mais d'aller chercher des clients extérieurs pour nourrir la liquidité. Le message est limpide. La marque PokerStars ne se suffit plus à elle-même pour proposer une offre attractive. Elle a besoin des joueurs des autres.

Pour les amoureux de la marque, c'est un coup de grâce. Il faut accepter que PokerStars devienne un fournisseur de technologie, au même titre qu'iPoker ou 888, et que l'on puisse demain jouer sur une room tierce habillée aux couleurs de PokerStars. La marque ne disparaît pas pour autant : l'EPT et les grandes séries restent des actifs puissants. Mais son rôle change. D'enseigne, PokerStars devient infrastructure.

Les équipes commerciales du tout nouveau PokerStars Network seront sur le pied de guerre dès le SBC Summit Lisbon pour aller chercher les premiers partenaires et faire grossir la liquidité du réseau.

La France, révélateur

Le marché français illustre parfaitement ce basculement. L'offre poker s'y répartit en deux familles : d'un côté les logiciels propriétaires, portés par Winamax, Betclic, Unibet et jusqu'ici PokerStars ; de l'autre le réseau iPoker de Playtech, qui accueille PMU, bet365, PartyPoker et Bwin. Or, en termes de liquidité, le cumul des joueurs des quatre rooms iPoker dépasse aujourd'hui celui de PokerStars. De peu, certes, mais c'est un fait.

Malgré ses efforts, PokerStars ne se fait plus entendre sur le poker en ligne français. Sa notoriété survit grâce à l'EPT, au duo Benny & Yu et aux actions de terrain menées avec RedCactus. Autant de leviers d'image qui ne suffisent plus à inverser la tendance sur les tables virtuelles.

Lisbonne, premier test

Le premier examen aura lieu dès la semaine prochaine. PokerStars présentera son réseau au SBC Summit de Lisbonne pour démarcher de futurs partenaires, du 29 septembre au 1er octobre. Objectif : convaincre des opérateurs de choisir sa technologie, sa gamme de tournois et ses systèmes de protection des joueurs.

La tâche s'annonce délicate. PokerStars entre en concurrence directe avec des réseaux de liquidité partagée installés de longue date, comme iPoker de Playtech et le Party Poker Network d'Entain. Et beaucoup d'opérateurs ne considèrent plus le poker comme essentiel à leur stratégie commerciale, ce qui réduit d'autant le nombre de clients potentiels.

Ironie de l'histoire, le champion de cette catégorie est déjà un fournisseur du groupe. C'est la plateforme iPoker de Playtech qui fait tourner l'offre « PokerStars exclusively on FanDuel » dans le Michigan, le New Jersey, la Pennsylvanie et l'Ontario. En Amérique du Nord, la marque PokerStars fonctionne donc sur la technologie du concurrent qu'elle entend affronter partout ailleurs. Difficile de trouver meilleur résumé du chemin parcouru depuis l'époque où le pique rouge n'avait besoin de personne.