

Super Pick 5® : le PMU lance sa reconquête des turfistes



Vincent Reynaert

Publié le 9 octobre 2026 . Lecture estimée : 9 min



Le PMU a présenté ce jeudi 8 octobre à la presse le Super Pick 5, un pari à cinq chevaux entièrement repensé qui sera lancé le 5 novembre 2026 en points de vente et sur PMU Play. Derrière ce nouveau produit, l'opérateur hippique affiche une ambition plus large : réengager ses parieurs historiques et poser la première brique d'une transformation annoncée de longue date.

L'objectif affiché par le PMU est clair : créer un deuxième temps fort quotidien pour les parieurs, en complément du Quinté+. Contrairement à l'actuel Pick 5, le Super Pick 5 ne sera proposé qu'une seule fois par jour. Il aura lieu sur un créneau fixe et délibérément choisi : la tranche 17h-19h, celle de la sortie du travail pour de nombreux parieurs.

Ce positionnement répond à une logique de réseau. [Le PMU](#) veut redonner à ses points de vente un véritable levier d'animation pour générer du trafic en fin de journée. La course support sera sélectionnée chaque jour par les équipes de l'opérateur, en priorité parmi les épreuves de 12 partants minimum et les plus porteuses d'enjeux.

La complémentarité avec le Quinté+ est pensée jusque dans le choix des disciplines. Les deux paris seront proposés sur des courses différentes et, dans la mesure du possible, sur des spécialités distinctes : galop pour l'un, trot pour l'autre, et inversement. Le lancement intervient en plein meeting d'hiver, un moment où le programme est dense. La campagne visuelle sera donc d'abord déclinée en version trot, puis en version galop en 2027.

Trois rangs de gains et un Pactole progressif

Le principe reste celui du Pick 5 : trouver les cinq premiers chevaux à franchir la ligne d'arrivée. Mais la mécanique est entièrement refondue autour de trois rangs de gains, pour une mise unique de 2 euros, sans bonus. Le premier euro est consacré au rapport Ordre, le second aux rapports Super Désordre et Désordre.

Le rang Ordre récompense le Top 5 trouvé dans l'ordre exact, avec un rapport moyen annoncé autour de 53 000 euros. Le rang Désordre, lui, rémunère les joueurs ayant désigné les cinq bons chevaux dans un ordre différent, pour un rapport moyen d'environ 400 euros.

Entre les deux, le PMU introduit sa principale innovation : le Super Désordre. Ce rang récompense les combinaisons qui comptent exactement trois chevaux à la bonne place parmi les cinq premiers, soit dix combinaisons gagnantes pour une arrivée donnée. Le rapport moyen visé est de 1 250 euros. L'objectif est double : valoriser la sagacité des turfistes et atténuer l'écart, souvent vécu comme brutal, entre les rapports Ordre et Désordre.



Accompagné de Stéphane Auffret, Directeur de l'offre Produits/Services et de l'Innovation du PMU, Olivier Pribile a présenté, depuis un Bar PMU de Neuilly-sur-Seine, la première brique d'une refonte de l'offre de l'opérateur.

Deuxième nouveauté majeure, le Pactole progressif. En cas d'absence totale ou partielle de gagnants, les sommes non distribuées sont reportées sur le rang Ordre du lendemain. Après plusieurs jours sans gagnant, la cagnotte pourra atteindre plusieurs centaines de milliers d'euros selon l'opérateur. Son montant sera actualisé en temps réel au fil des enjeux. Il sera affiché sur les bornes, les terminaux, l'application PMU+, Equidia et les écrans des points de vente. La chaîne hippique proposera par ailleurs un rendez-vous quotidien de pronostics dédié. Le produit sera également proposé en ligne sur PMU Play® avec son propre jackpot.

300 000 euros d'enjeux visés par course

Les attentes sont à la hauteur de la refonte. Le PMU table sur une progression de 50% des enjeux par rapport au Pick 5 actuel, avec un objectif de 300 000 euros d'enjeux par course. L'opérateur vise également une hausse de la mise moyenne et le recrutement de nouveaux parieurs. Le taux de retour joueur (TRJ) du produit est annoncé à 64,3% sur le réseau de distribution physique.

Le calendrier de ce lancement n'est pas anodin. Le déploiement de cette nouvelle architecture produit a été rendu possible par l'achèvement de la migration des serveurs de jeux, prévue dans le courant du mois d'octobre. Il intervient surtout, selon les termes mêmes du PMU, dans un contexte de baisse d'activité. L'opérateur a fait le choix de lancer un produit entièrement nouveau en s'adressant d'abord à ses clients réguliers. La rénovation de son pari grand public, le Quinté+, viendra ensuite, dans les prochains mois.

Une campagne de communication 360° (TV, radio, digital, presse hippique) accompagnera le lancement pour réassurer la place du PMU dans l'écosystème : celui de Numéro 1 sur le Turf !

Un PMU « dans les clouds » de son budget 2026

Au-delà du produit, ce lancement intervient à un moment charnière pour l'opérateur. Cyrille Giraudat est arrivé à la direction générale en janvier 2026. Il a pour mission de relancer un PMU confronté à l'érosion de ses enjeux hippiques, dans le cadre du Pacte PMU 2030 porté par l'État.

Neuf mois plus tard, Olivier Pribile, Directeur Marketing et Produit de l'opérateur se veut rassurant sur la trajectoire financière. « Au 8 octobre, les chiffres sont conformes à ce qui a été annoncé à Cyrille Giraudat. À date, nous sommes dans les clouds du budget », affirme-t-il. Un point scruté de près par les sociétés de courses, [obligées de revoir leurs centres de dépenses](#) : « On est confiant sur notre capacité à maintenir nos engagements sur la contribution reversée à la filière. »

Le dirigeant ne nie pas pour autant la difficulté de l'exercice. « On est dans un business complexe », reconnaît-il, tout en saluant « un bon été et une rentrée qui se passe bien avec un Qatar Prix de l'Arc de Triomphe qui a atteint les objectifs ». Reste que si le budget est tenu, les volumes hippiques, eux, ne repartent pas encore à la hausse.

PMU Play, relais de croissance d'un marché sous tension

Pour les équipes marketing du PMU, le principal motif de satisfaction se trouve en ligne. « Sur [PMU Play](#), nous sommes très satisfaits avec des croissances à deux chiffres sur le sport et sur le poker, avec des gains de part de marché significatifs », souligne Olivier Pribile. L'opérateur se dit également en situation positive en matière d'acquisition et de produit brut des jeux notamment en comparaison avec « un marché qui souffre actuellement. PMU Play nous permet de croître là où nos concurrents sont plus impactés par la situation économique. »

Sur le pari hippique pur, le coeur du business du PMU, le constat est plus nuancé. L'activité suit les cycles de dépenses des joueurs, rythmés par les vacances, la rentrée scolaire ou les fêtes de fin d'année. « On est tributaire de nombreux facteurs. L'inflation de ces derniers mois met l'activité en tension, mais on arrive à maintenir un équilibre dans nos résultats pour remplir nos engagements envers la filière », explique-t-il.

Recruter de nouveaux parieurs, l'équation de tout un secteur

Le paysage concurrentiel du pari hippique en ligne évolue, [avec l'arrivée de bet365](#) sur le segment et la volonté affichée de Betclic d'y innover. Une menace ? Olivier Pribile y voit plutôt un signal positif. « Pour nous, plus il y a d'acteurs qui s'intéressent au produit, plus cela met en avant notre cœur de métier. » Le directeur marketing et produit pointe néanmoins la vraie question : celle du recrutement.

« La vraie question est de savoir si ces acteurs vont créer de nouveaux parieurs hippiques et non simplement détourner des clients déjà existants au PMU. Le marché doit réussir à se dynamiser dans sa globalité. »

C'est un enjeu central pour une filière dont la base de joueurs stagne depuis plusieurs années.

Le Super Pick 5 assume pourtant de s'adresser d'abord aux fidèles. « Il ne faut pas oublier que nos premiers clients, ce sont nos joueurs réguliers, qui sont en attente de choses précises en termes de concentration et de niveaux des rapports par rapport à leur sagacité. C'est notamment à ça que répond le Super Pick 5. Avec ce produit, on propose un jeu d'expertise et permettant des gros gains », détaille Olivier Pribile. Il le reconnaît, le PMU doit aussi « relancer un certain nombre de jeux qui ont vieilli dans leur fonctionnement, dans l'espérance de gain ».

L'aveu le plus fort concerne la stratégie passée. « Le pari hippique doit s'adresser à un public large, mais on ne peut pas délaisser notre cœur de cible, et c'est quelque chose que nous avons trop fait. Le sujet est donc de reconstruire l'entreprise avec Cyrille Giraudat, relancer une dynamique en s'occupant d'abord de notre socle de joueurs historiques que l'on doit valoriser et remercier. » Une priorité qui n'exclut pas la conquête : « Cela ne veut pas dire que l'on ne va pas lancer des jeux qui auront pour objectif d'élargir le public. »

La première brique d'une transformation plus large

Le PMU le revendique : le Super Pick 5 n'est pas un lancement isolé, mais la première brique d'une phase de relance et de transformation. Celle-ci se veut d'abord interne, avec une transformation de sa direction des systèmes d'information (DSI) destinée à accroître la capacité d'innovation de l'opérateur. Elle sera ensuite concentrée sur son core business, avec une révision de l'offre de jeux et du réseau de distribution.

La philosophie du produit doit d'ailleurs servir de boussole pour les mois à venir. « Cette philosophie sera notre fil conducteur sur la fin 2026 et 2027 », annonce Olivier Pribile. La prochaine étape est déjà identifiée : la rénovation du Quinté+, pari phare du PMU, attendue dans quelques mois.

En misant d'abord sur ses turfistes historiques, le PMU fait un pari prudent : consolider sa base avant de chercher à l'élargir. Reste à savoir si cette stratégie de reconquête suffira à inverser la tendance d'un marché hippique qui, budget tenu ou non, ne parvient toujours pas à renouveler ses joueurs. Rendez-vous le 5 novembre pour voir l'accueil qui sera réservé au Super Pick 5®.