LES ENJEUX

OPÉRATIONS MARKETING | POKER

MyPokerPass : quand la gamification gratuite se met au service de la fidélisation poker



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



Lancée le 26 octobre 2026, MyPokerPass revendique plus de 1 100 inscrits en quatre jours, dont 40 % récupèrent chaque jour leur Pass. Derrière ses tirages au sort gratuits, la jeune plateforme française teste un modèle de fidélisation par la gamification, découplé de toute mise d'argent. Une approche que les opérateurs de poker, mais aussi ceux du pari sportif et du pari hippique, ont tout intérêt à observer de près.

MyPokerPass est né d'un constat : le poker en ligne français est un marché mature, où une large part des joueurs réguliers possède des comptes chez plusieurs opérateurs. Pour les rooms, l'enjeu ne se limite plus à recruter : il s'agit de garder le joueur actif et de le ramener vers sa plateforme plutôt que vers celle d'un concurrent. Or les leviers classiques, bonus de bienvenue et programmes de points indexés sur le rake, sont coûteux et étroitement surveillés par le régulateur.

Le poker live pose une autre difficulté. Les festivals se multiplient, mais un Main Event représente plusieurs centaines d'euros de buy-in, auxquels s'ajoutent transport et hébergement. Pour un joueur amateur, la barrière financière reste forte, et les organisateurs cherchent en permanence des relais pour remplir leurs fields au-delà du noyau de réguliers.

MyPokerPass, une réponse par le jeu-concours

C'est sur ces deux constats que se positionne MyPokerPass, lancée le 26 octobre 2026. La plateforme organise des tirages au sort gratuits, sans dépôt ni achat et réservés aux majeurs, permettant de gagner des tickets de tournois live et online, des buy-ins ou des expériences poker. Quelques jours seulement après son lancement, le site compte déjà plus de 1 100 inscrits.

Le projet est porté par trois cofondatrices au profil mixte, entrepreneuriat digital et pratique du jeu : Alexandra Kouao (Azatys, association FPL&Co), Morgane Février (entrepreneure tech) et Alix Rive-Decaillot (agence 210blocks, ancienne croupière). PMU Play est le premier partenaire officiel, la plateforme revendiquant un positionnement non exclusif, ouvert aux opérateurs, festivals, casinos, clubs et marques.

Ouvrir l'accès aux tournois sans créer de jeu d'argent

Sur le volet accessibilité, la logique n'est pas nouvelle : les freerolls et satellites remplissent déjà ce rôle chez les opérateurs. La différence tient au point d'entrée. Les freerolls supposent un compte ouvert dans une room donnée ; MyPokerPass se place en amont, hors de tout écosystème opérateur. Le joueur participe sans compte, puis un éventuel gain l'oriente vers la plateforme ou l'événement du partenaire, le site précisant que certains tickets exigent un compte tiers et des vérifications d'éligibilité.

L'enjeu central est juridique. Pour rester un jeu-concours promotionnel et non un jeu d'argent, le dispositif repose sur l'absence de tout sacrifice financier : gratuité, aucune obligation d'achat, règlement publié pour chaque tirage. La plateforme insiste sur une règle structurante : une participation valide vaut une chance, et les points accumulés ne permettent jamais d'en obtenir davantage. Sans ce verrou, la frontière avec le jeu payant deviendrait plus floue.

Rétention : récompenser la présence plutôt que la mise

Le second enjeu traité est la rétention. Le Pass du Jour reprend des mécaniques éprouvées dans le jeu mobile : récompense de connexion quotidienne, série hebdomadaire, paliers de statut (Rookie, Insider, Gold) et cadeaux surprises, ces derniers étant annoncés comme « bientôt disponibles ». La progression débloque l'accès à des tirages supplémentaires. Le communiqué avance que 40 % des inscrits récupèrent leur Pass quotidien, un chiffre déclaratif et mesuré en pleine phase de lancement.

L'intérêt du modèle réside dans l'indicateur récompensé. Les programmes de fidélité des rooms sont généralement adossés au rake : le statut progresse avec le volume joué. Ici, seule la présence compte. Cette dissociation entre engagement et intensité de jeu est cohérente avec les attentes du régulateur en matière de prévention.

La mécanique n'est pas neutre pour autant. Les boucles d'habitude quotidiennes sont elles-mêmes discutées, et la plateforme a pour finalité d'orienter une partie de son audience vers des offres de jeu payantes. L'équilibre entre fidélisation et incitation dépendra largement de la manière dont les partenaires exploiteront ce rendez-vous.



Le crédo de MyPokerPass : proposer une offre gratuite à une base clients qualifiée avec la promesse d'un retour sur investissement aux opérateurs. PMU Play est le premier à prendre ce pari.

Ce que les opérateurs peuvent en attendre

Le modèle économique repose sur les partenaires, qui financent la gratuité côté joueur. Cinq formats sont proposés : affiliation et acquisition à la performance, tirages sponsorisés, avantages intégrés au programme de fidélité, sponsoring du Pass du Jour et promotion d'événements.

Pour un opérateur en ligne, l'intérêt théorique est de transformer une dotation en essai de produit : un ticket gagné se joue

sur sa plateforme. Pour un organisateur de festival, un casino ou un club, il s'agit de toucher des joueurs au-delà de sa base habituelle. Dans les deux cas, la valeur du support reste à démontrer sur des indicateurs concrets : taux de conversion des gagnants, coût par joueur actif, part de joueurs réellement nouveaux par rapport à ceux déjà clients.

Des inconnues encore nombreuses

À quelques jours du lancement, plusieurs questions restent ouvertes. L'échelle d'abord : 1 100 inscrits forment une base modeste pour un annonceur, et la rétention devra être vérifiée une fois l'effet de nouveauté passé. L'équilibre économique ensuite, puisque la gratuité suppose un flux régulier de dotations financées par des partenaires suffisamment nombreux.

Le cadre réglementaire constitue la troisième variable. Les opérateurs agréés soumettent chaque année leur stratégie promotionnelle à l'ANJ, dont les lignes directrices proscrivent les communications susceptibles d'inciter au jeu excessif. Toute opération menée sur la plateforme, affiliation comprise, devra s'inscrire dans ce cadre. Reste enfin l'indépendance revendiquée : lancée avec un seul partenaire officiel, la plateforme devra en fédérer d'autres pour incarner le point de rencontre neutre qu'elle affiche.

Et demain, le sportsbook, l'hippique et le casino live ?

La vraie question soulevée par MyPokerPass dépasse le poker : une gamification de rétention découplée de la mise peut-elle s'appliquer aux autres verticales du gambling ? Le contexte s'y prête. L'ANJ a fait du renforcement de l'encadrement du jeu et de sa promotion la priorité de son plan stratégique 2024-2026. Dans un tel environnement, les mécaniques de fidélité indexées sur les volumes de jeu deviennent plus délicates à défendre, quand celles qui récompensent la présence et la passion restent compatibles avec le discours de jeu responsable.

Le pari sportif est le terrain le plus évident. Les jeux de pronostics gratuits y existent déjà, mais un rendez-vous quotidien adossé au calendrier sportif, avec statuts et dotations d'expériences (places de match, rencontres, voyages), permettrait d'entretenir le lien entre deux grandes compétitions, sans pousser à la mise. Face à la pression croissante sur la publicité des paris sportifs, un levier de fidélisation qui ne repose pas sur la sollicitation commerciale directe a de quoi séduire.

Le pari hippique offre une transposition tout aussi naturelle, d'autant que le premier partenaire de MyPokerPass est déjà positionné sur les trois univers. Lancée en 2026, l'application PMU Play réunit pari hippique, pari sportif et poker dans un même environnement. Des tirages donnant accès à des journées à l'hippodrome, à des visites d'écuries ou à de grandes réunions pourraient contribuer au renouvellement d'une clientèle de turfistes vieillissante, enjeu majeur pour la filière.

Le casino live appelle davantage de nuances. En France, le casino en ligne n'est pas autorisé : l'offre en ligne se limite au poker, aux paris sportifs et aux paris hippiques. La transposition concernerait donc d'abord les casinos terrestres, pour animer tables, tournois et événements. Sur les marchés européens où le live casino en ligne est régulé, la gamification est déjà largement pratiquée par les opérateurs, souvent adossée aux mises.

Le modèle MyPokerPass y dessine une alternative : récompenser la fidélité sans récompenser l'intensité de jeu. C'est peut-être là son enseignement le plus utile pour l'ensemble du secteur.