

Paris, le 8 juin 2009

Libéralisation du marché français des jeux en ligne

Qui va gagner des millions ?

Premier rapport de PricewaterhouseCoopers

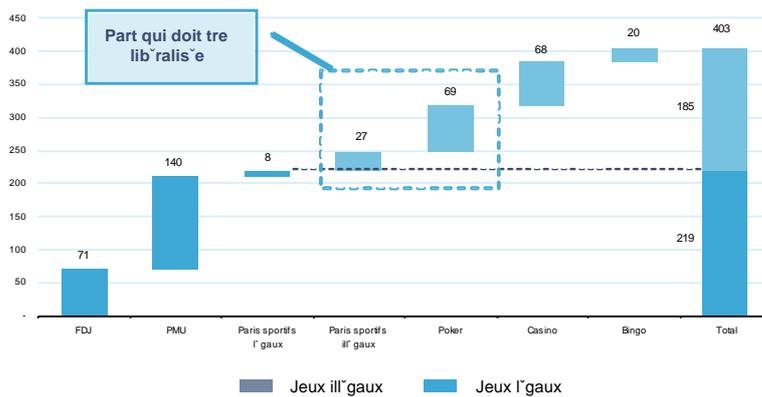
Alors que la Cour de Justice Européenne a jusqu'au lundi 8 juin pour finaliser son avis sur le projet de loi français relatif à la libéralisation des jeux d'argent en ligne et des paris sportifs, PricewaterhouseCoopers publie son premier rapport sur l'avenir du secteur des jeux d'argent en ligne intitulé « Qui va gagner des millions ? ». En l'état actuel de la loi, le potentiel du marché reste mitigé. Avec des business models sous pression, la rentabilité des acteurs sur le marché français paraît difficile à atteindre. Accompagnant huit des dix plus grands acteurs internationaux, PricewaterhouseCoopers révèle la course à la taille pour les détenteurs de technologies et les investissements de plus en plus lourds pour se distinguer. En France, de nombreux acteurs se préparent à l'ouverture. Étant donné leur nombre, on anticipe déjà une guerre de conquête de clients sur les paris sportifs non hippiques et sur le poker durant les deux prochaines années.

Un potentiel de marché mitigé

De très nombreux acteurs se préparent à l'ouverture du marché français. Voté dans les termes actuels, le projet de loi de libéralisation ouvre en effet un marché de 300 M€ de produits bruts des jeux au 1er janvier 2009. À horizon 2012, le marché des paris sportifs, hippiques et du poker devrait atteindre environ 450 M€ de chiffre d'affaires. Les paris sportifs profiteront le plus de la libéralisation du marché.

Selon Olivier Vialle, auteur de l'étude et coordinateur du groupe Gaming France au sein de PricewaterhouseCoopers : « *Le potentiel des jeux d'argent en ligne est réel mais les taux d'imposition parmi les plus élevés en Europe – 15,5% sur les paris hippiques, 8,5% sur les autres paris sportifs et 2% sur le poker - et la limitation des niveaux de retour aux joueurs, entre 75 et 85% des mises, pourrait freiner le développement du secteur. Les jeux illégaux reversent en 2008 environ 90% des mises aux joueurs.* »

Produit Brut des Jeux (PBJ) l'gal et ill'gal en ligne en France en 2008



Source: GBGC, analyse PwC

Les jeux illégaux qui représentent 76% des mises en 2008 sont à l'origine de 50% des recettes des opérateurs. La part qui sera libéralisée est d'environ 25% du marché des jeux d'argent en ligne (légal et illégal) en 2008.

Des business model sous pression

Deux éléments sont critiques dans la mise en place d'un opérateur de jeux d'argent en ligne et sont aussi sources d'avantage concurrentiel : la maîtrise de la plateforme technique et un accès privilégié au client (base client captive, contenu attractif, marque reconnue).

“Les tendances que nous constatons au niveau international nous font dire que la rentabilité des acteurs sur le marché français sera difficile à atteindre et ce malgré la limitation du taux de reversement au joueur” souligne Olivier Vialle.

Sous l'effet d'une concurrence accrue, les recettes des opérateurs internationaux diminuent et les coûts d'acquisition des joueurs et de retentions sont de plus en plus importants. Dès lors, les détenteurs de moteurs techniques mènent une course à la taille afin d'amortir les coûts opérationnels et d'augmenter la liquidité sur les sites. En France, sur les paris sportifs, les taxes représenteraient près de 40% du Produit Brut des Jeux, et les frais de marketing un autre tiers des recettes. Une fois les coûts techniques, les achats de contenus et les frais de structure absorbés, le résultat d'exploitation n'atteindra l'équilibre que pour les acteurs les plus importants.

Trop de monde autour de la table ?

Les acteurs ont en France des niveaux de préparation différents, chacun misant sur ses propres atouts. Les opérateurs historiques de jeux d'argent, publiques (PMU, Française des Jeux) ou privés (casinotiers), renforcent leur offre par acquisition ou développement interne. Les grands sites de jeux d'argent en ligne étrangers mettent en place des partenariats avec des médias (Bewin et le journal L'Equipe, Iliad et Chiligaming). Seuls deux acteurs des médias, Eurosport et Meetic, se sont positionnés en tant

qu'opérateurs. Des fonds d'investissement se positionnent également sur le marché (Mangas Capital Gaming, Serendipity) avec une stratégie européenne.

« Une guerre de conquête se prépare. Et une question clé subsiste : quels acteurs seront prêts pour le 1^{er} janvier 2010 ? Les choix des clients, des business models, du positionnement, des contenus et de la marque seront cruciaux » indique Olivier Vialle.

« Seuls les opérateurs les mieux préparés pourront être rentables une fois le marché stabilisé. Sur les paris sportifs, cinq à six opérateurs devraient pouvoir émerger. Cependant il existe d'autres business models que celui d'opérateurs. De nombreux groupes de médias sont encore dans un round d'observation : vaut-il mieux vendre ses espaces publicitaires aux opérateurs de jeux en ligne lors de l'ouverture officielle du marché et profiter d'une manne publicitaire supérieure à 100M€ ? Ou bien se positionner en tant qu'opérateur sur un marché de 300M€ de chiffre d'affaires ? » conclut-il.

Méthodologie

Le « Premier rapport de PricewaterhouseCoopers sur les Jeux d'argent en ligne a été publié en Juin 2009. Il s'agit d'une étude qualitative, basée sur l'expérience de PricewaterhouseCoopers aux côtés de huit des dix plus grands acteurs du marché international, une analyse documentaire ainsi que des entretiens qualitatifs menés auprès des acteurs du secteur.

L'intégralité du rapport est disponible sur le site www.pwc.fr

À propos de PricewaterhouseCoopers

PricewaterhouseCoopers (www.pwc.fr) développe des missions d'audit, de conseil et d'expertise comptable pour des entreprises et des organisations, publiques et privées, privilégiant des approches sectorielles et assurant confiance et valeur ajoutée pour ses clients et l'ensemble des parties prenantes.

Plus de 155 000 personnes travaillent en réseau dans 153 pays, partageant points de vue, expériences et solutions pour proposer des perspectives innovantes et des conseils adaptés à chaque problématique.

En France, PwC développe cette approche avec Landwell, cabinet d'avocats membre du réseau PricewaterhouseCoopers.

Le Strategy Group de PricewaterhouseCoopers est une équipe dédiée de conseil en stratégie qui regroupe 400 consultants dans 18 pays, dont 25 personnes basées à Paris.

Constitué d'entités légalement autonomes et indépendantes, membres du réseau PricewaterhouseCoopers International Limited, PricewaterhouseCoopers rassemble en France 3 800 personnes dans 25 bureaux.