

Le PMU ouvre son 14 000e point de vente, un niveau historique !

3 minutes de lecture



Entreprise des territoires et du commerce de proximité, le PMU s'engage à remettre l'hippisme dans le quotidien des Français. Fort de cette ambition, le PMU investit partout en France et développe son réseau de points de vente comme jamais, pour apporter toujours plus de convivialité aux joueurs et aux commerçants. Fin janvier 2024, le PMU a ainsi ouvert son 14 000e point de vente, « Le Petit Saint Cloud » à Rueil-Malmaison, un niveau encore jamais atteint dans son histoire.



Le réseau de commerçants est un élément essentiel de l'ADN du PMU. Il représente 85% des enjeux hippiques enregistrés en France par le PMU et a retrouvé la croissance en

2022 comme en 2023.

Afin de pérenniser cette dynamique, le PMU investit fortement dans son réseau, dans les villes et les villages, en métropole et en outremer, en y modernisant son image et son activité, tout en densifiant son maillage partout en France. Ce développement est réalisé de manière harmonieuse, en privilégiant les zones où le PMU est peu ou pas présent, toujours avec une grande proximité pour accompagner le commerçant dans son projet entrepreneurial, une vraie singularité que cultive le PMU et ses équipes commerciales.

De 13 500 points de vente fin 2022, le PMU a passé le cap historique de 14 000 toute fin janvier 2024, avec plus de 1 000 nouveaux établissements ouverts en 2023, soit 500 points de vente supplémentaires en tenant compte des fermetures intervenues en cours d'année.

Ce 14 000e établissement PMU a été ouvert en plein cœur de Rueil-Malmaison dans les Hauts-de-Seine, pour le clin d'œil non loin de l'hippodrome de Saint-Cloud. La commerçante, Sonia Gutari a repris « Le Petit Saint Cloud » en juillet 2020, juste après le premier confinement. Afin de diversifier son activité pour les riverains du quartier et capter une nouvelle clientèle, elle a décidé d'installer l'activité PMU dans son restaurant et même d'y consacrer un espace course par course à l'étage. Elle déclare à ce sujet : « *J'ai ouvert cette brasserie en 2020 à la fin de la première crise Covid. Mes clients me demandaient les paris hippiques depuis longtemps. Je propose le PMU depuis le 1er février. L'objectif pour moi est de créer une atmosphère encore plus conviviale pour avoir une clientèle importante et fidèle qui va aussi booster mon activité bar et brasserie. Le commercial m'a vraiment accompagné de A à Z dans le projet, il est même venu mettre les machines en route à l'ouverture.* »

Emmanuelle Malecaze-Doulet, Directrice générale du PMU a déclaré : « *Le PMU est indubitablement redevenu une marque attractive pour les commerçants. Ce que nous leur apportons, c'est non seulement du lien et de la convivialité qui répondent aux attentes des Français, mais aussi des moyens modernisés et adaptés à leurs besoins professionnels quotidiens. Que ce soit pour les accompagner à ouvrir un nouveau point de vente, pour les aider à développer leur activité ou surmonter les difficultés comme après le Covid ou les émeutes de cet été, le PMU et ses équipes commerciales leur apportent un vrai service de proximité. Cette marque de fabrique nous a permis de franchir le seuil historique des 14 000 points de vente. Merci aux commerçants pour leur confiance et bravo aux équipes PMU pour leur engagement au service du commerce de proximité partout en France.* »

Le PMU est engagé dans la protection des mineurs et la prévention du jeu excessif au travers de sa stratégie et de son plan d'actions « Enjeu responsable » qu'il déploie en conformité avec le cadre de référence de l'Autorité nationale des jeux.

Partager

Contact PMU
département relations médias

Audrey Espinosa Viale
06 46 44 53 76
audrey.espinosa-viale@pmu.fr

À propos de PMU

Entreprise technologique, utile et engagée, PMU opère dans l'univers des jeux d'argent. Fidèle à son histoire et fier de sa mission, PMU est un jeu de société et de sagacité qui crée des émotions et du lien dans un cadre responsable et de confiance. Son activité principale (à plus de 90%) consiste à organiser des paris sur les courses hippiques que l'entreprise PMU commercialise en France (via son réseau de 14 000 points de vente et en hippodromes ou sur internet) et à l'international (avec plus de 110 partenaires dans plus de 50 pays). Élément majeur de son identité, les paris hippiques en points de vente constituent environ 85% des enjeux en France. En complément, l'entreprise a développé une offre de paris hippiques en ligne attractive et différenciante qui représente désormais près de 15% de son chiffre d'affaires. PMU s'est également diversifié dans les paris sportifs et le poker lors de l'ouverture à la concurrence des jeux en ligne à partir de 2010. Le résultat de son activité est intégralement reversé aux sociétés organisatrices de courses en France, soit une contribution globale de 835 millions d'euros en 2023. L'entreprise PMU a en effet la responsabilité de financer la filière hippique française, afin d'assurer la pérennité de ses emplois directs et indirects. PMU est un groupement d'intérêt économique (GIE) et ses 1 100 collaborateurs sont répartis sur 18 sites en France métropolitaine et en outre-mer.