union PRESSE

PMU fait évoluer la rémunération de ses commerçants-partenaires

mar 06/01/2026 - 14:18

Une potentielle bonne nouvelle de plus pour les marchands de presse proposant l'activité PMU : l'opérateur a annoncé hier une évolution de la rémunération de ses commerçants-partenaires. « Cette refonte vise à simplifier le système tout en le rendant plus généreux et plus stimulant, en particulier pour nos partenaires les plus engagés », a assuré le PMU.

En pratique, le nouveau système repose sur trois dispositifs. Tout d'abord, une commission mensuelle sur les enjeux pour tous les points de vente « avec des taux revalorisés dont le taux minimum qui évolue de +11 % », indique PMU. En outre, l'assiette de calcul inclut désormais les enjeux réalisés par SMS, Viber et AlloPMU+ via les comptes PMU+ affiliés aux points de vente. Le dispositif intègre également une prime de performance semestrielle pour les points de vente des « casaques » Or, Platine et Argent, pouvant atteindre jusqu'à deux mois de commissions supplémentaires par semestre. Enfin, PMU prévoit le versement d'un « bonus qualité annuel exclusif », d'un montant pouvant aller jusqu'à 2 000 euros, pour les points de vente Or et Platine, « basé sur la qualité de tenue du point de vente et de diffusion des courses ».

« Avec cette nouvelle structure, 90 % de nos points de vente devraient voir leur commission mensuelle augmenter », a déclaré Sylvain Dominé, directeur des réseaux commerciaux de PMU, selon lequel le système se veut « plus simple, avec un seul type de rémunération pour 70 % des points de vente, tout en le rendant plus stimulant et rémunérateur ».

« Performance et qualité » en ligne de mire

Selon PMU, « la nouvelle rémunération met l'accent sur la performance et la qualité de service ». Les primes de performance autrefois annuelles, deviennent ainsi semestrielles, et sont désormais plus stimulantes et généreuses avec des montants plus importants, en comparaison à l'ancien modèle de rémunération. Le bonus qualité annuel, quant à lui, vise à récompenser l'engagement des partenaires Or et Platine dans la tenue de leur point de vente et la diffusion

des courses, deux leviers fondamentaux pour développer l'activité de l’opérateur de courses hippiques, dont le réseau global compte plus de 14 000 points de vente.

PMU a aussi mis en place un programme relationnel pour ses partenaires, basé sur un système de "casaques" - Or, Platine, Argent et Bronze. Ce programme récompense l'engagement et la performance des points de vente, avec des avantages graduels, dont le dispositif de rémunération. « Cette approche graduelle permet non seulement de reconnaître les efforts et la fidélité des partenaires les plus engagés, mais aussi d'encourager tous les points de vente à améliorer continuellement leur performance et la qualité de leur service », indique l’opérateur, parlant d’un « véritable outil de motivation et de reconnaissance, renforçant les liens entre l'entreprise et son réseau de distribution ».
