



Jeux de hasard et d'argent et micro-proximités dans les bars-PMU. L'exemple d'Aubervilliers

Un travail de recherche entamé en 2020 a conduit mes pas sur les terrains de Paris VII^{ème} et d'Aubervilliers en Seine-Saint-Denis, où j'ai pu fréquenter les bars, cafés, tabacs, lieux de prédilection des jeux de la Française Des Jeux (FDJ) et du Pari Mutuel Urbain (PMU). Je souhaite ainsi partager dans ce numéro inaugural de la revue GéoProximitéS une réflexion entamée lors de ces moments passés dans les bars-PMU d'Aubervilliers.

À Aubervilliers, les points de vente du PMU et de la FDJ se situent principalement dans des établissements de débits de boisson (16 sur 19), parfois associés à un débit de tabac (Figure 1). Ces différents types de points de vente se répartissant dans divers quartiers de la commune. Les quartiers du Centre-Ville et des Quatre-Chemins (Figure 2) se distinguent avec une concentration significative, abritant respectivement six et cinq points de vente de jeux d'argent et de hasard (JAH) parmi les 19 étudiés.

De nombreux travaux s'intéressent aux débits de boissons. On peut citer la thèse récente de Pierre-Emmanuel Niedzielski (2018) dans laquelle il réalise une ethnographie de plusieurs établissements strasbourgeois, toutefois sans s'intéresser spécifiquement à la thématique des jeux d'argent. Dans son mémoire de fin d'étude, Anne-Claire Mangel (2006), nous offre une description précise des espaces de jeux présents dans

les bars-PMU et comment la pratique du jeu favorise les échanges et la sociabilité, mais aussi la distance entre les usagers en fonction des jeux pratiqués (Mangel, 2006, p. 26). Ainsi, comme le note Audrey Valin, les turfistes préfèrent « *les espaces consacrés à leur seul jeu, ils restent eux-mêmes à l'écart du reste de la clientèle quand le lieu réunit plusieurs populations* » (2023, p. 396), tandis que Elizabeth Vercher insiste sur la « *convivialité du jeu* » moteur de la « *sociabilité construite* » dans les espaces de jeu en s'appuyant sur l'exemple des casinos (2003). Je me contenterai ici de mettre en lumière le rôle des opérateurs de jeux du PMU et de la FDJ dans la spatialisation des espaces de jeux à l'intérieur des points de vente de jeux d'argent à travers les stratégies, marketing notamment, mises en place et comment cela participe à ordonner les sociabilités ludiques et le cloisonnement de ces microterritoires.

1. Le point de vente de jeux d'argent et de hasard : un espace aménagé

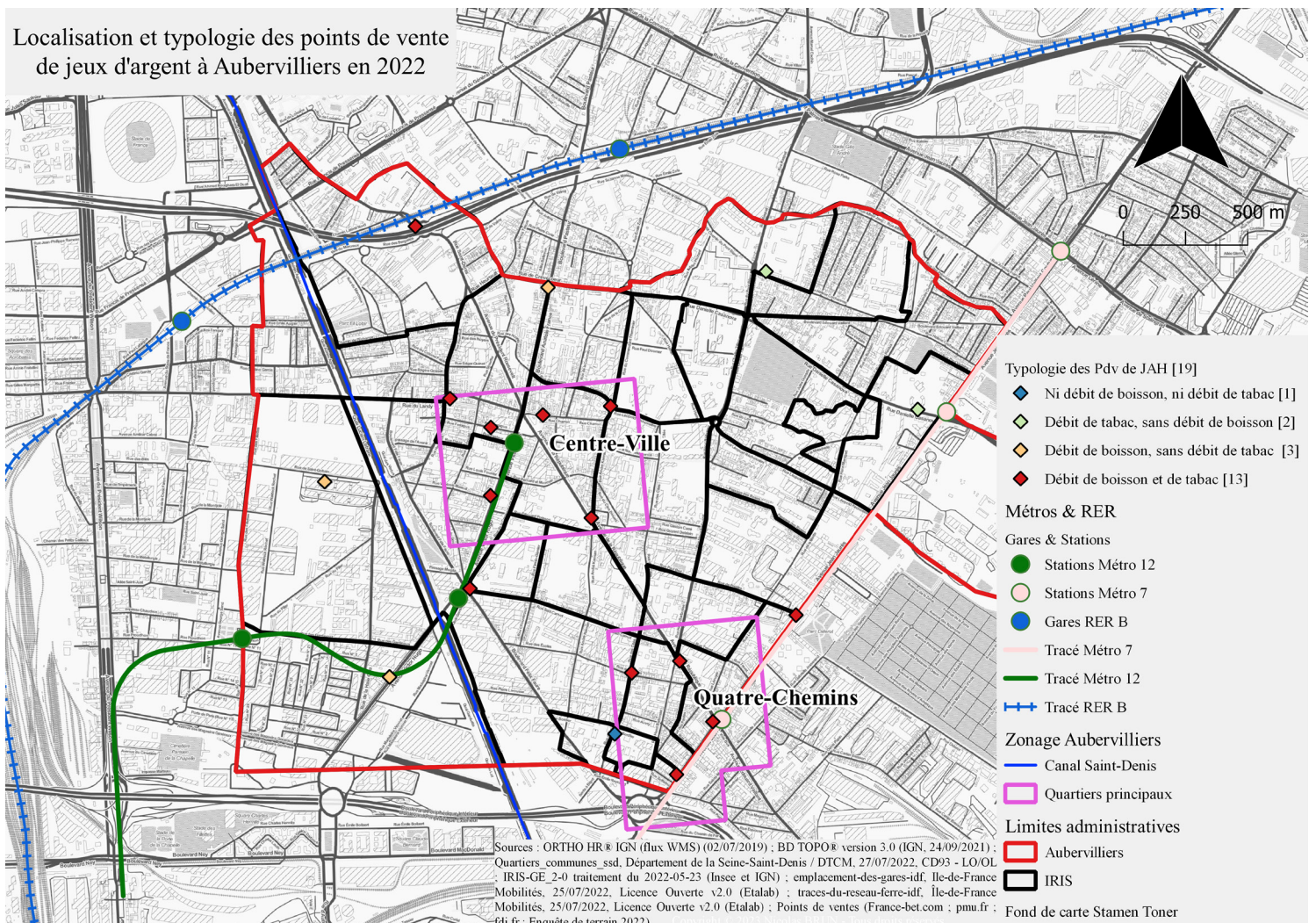
Dans un premier temps, je reviendrai rapidement sur les modalités de l'enquête de terrain. Puis à travers une description d'un point de vente de jeux d'argent et de hasard (JAH) à Aubervilliers, je présenterai les différents espaces de jeux d'argent présents dans ces établissements. Afin de montrer comment à travers les choix des opérateurs de jeux, ceux-ci contribuent au cloisonnement des espaces de jeux au

Figure 1 :
Différents points de vente de jeux d'argent et de hasard du PMU et de la FDJ à Aubervilliers. (Nicolas Brun, 2022)



Figure 2 :
Localisation et typologie des points de vente de jeux d'argent PMU et FDJ à Aubervilliers en 2022. (Nicolas Brun, 2023)

Localisation et typologie des points de vente de jeux d'argent à Aubervilliers en 2022



même titre que les pratiques ludiques et spatiales des usagers.

Aubervilliers, se trouve en Seine-Saint-Denis, à la limite des XVIII^e et XIX^e arrondissements parisiens (Figure 2). J'y ai effectué mon terrain de recherche de janvier à juin 2022, période durant laquelle j'ai étudié les 19 points de vente de JAH de la commune, qui offrent dans le même établissement à la fois des espaces de jeu du PMU et de la FDJ. Cette recherche s'appuie sur un travail d'observation participante et d'entretien informel avec les usagers des points de vente de JAH d'Aubervilliers. Par la suite, dans le but d'approfondir ce premier travail, des entretiens plus approfondis devront être réalisés auprès des acteurs des points de vente (gérants, employés, clients).

Les points de vente PMU et FDJ d'Aubervilliers, majoritairement des débits de boisson, aménagent leur espace intérieur tel que présenté sur la figure 3.

Près de l'entrée, se trouve l'espace réservé aux jeux de la FDJ (loteries, grattages) et aux paris sportifs (*ParionsSport*). À cet endroit, le présentoir des jeux à gratter (*Illiko*) et une caisse spécifique aux jeux de la FDJ accueillent les clients. Cette zone est marquée par le flux d'usagers qui y circulent, tous les clients devant passer par cet espace pour pénétrer dans le point de vente. Le flux de clientèle passant dans l'espace dédié aux jeux de la FDJ sert donc de zone de passage aussi bien aux joueurs FDJ, qui ne restent jamais très longtemps dans le point de vente, qu'aux turfistes qui souhaitent rejoindre ou quitter l'espace PMU, ainsi qu'aux clients venus acheter leur paquet de cigarettes lorsque le point de vente dispose d'un débit de tabac, celui-ci se trouvant souvent proche de l'entrée. Dans cet espace estampillé FDJ, la couleur bleue, emblème de cette dernière, se donne à voir, tout comme les affiches publicitaires mettant en avant les jeux et les gains à venir, ainsi que les

gains déjà remportés dans le point de vente. Elle est généralement dépourvue de mobilier incitant les joueurs à rester, à l'exception de quelques présentoirs destinés à la préparation des grilles de Loto/EuroMillions et de paris sportifs.

À l'inverse, dans l'espace réservé aux activités de paris hippiques, des tables et des chaises sont le plus souvent installées; s'y trouvent également des écrans diffusant *EquidiaTV* et une ou plusieurs bornes de prise des paris. Cet espace est généralement situé à proximité du comptoir du bar, mais surtout à l'écart des autres espaces du point de vente afin de préserver à la fois l'entre-soi des parieurs hippiques, mais aussi le reste de la clientèle qui pourrait être dérangé par le bruit des écrans TV qui retransmettent les courses et par les bruyants turfistes (Martignoni-Hutin, 1992, p. 10 ; Valin, 2013, p. 386). Les équipements mis à disposition permettent aux joueurs de s'installer et de passer du temps dans cet espace. Enfin, comme pour l'espace de la FDJ, l'espace du PMU est marqué par l'identité visuelle souhaitée par le PMU. Ainsi, la couleur verte, emblématique de la marque hippique, est présente dans ces espaces, notamment à travers les bornes de prise des paris, de couleur verte, les affiches publicitaires, le logo de l'enseigne et les gains auparavant remportés dans le point de vente par les turfistes qui le fréquentent. Pour les points de vente, qui disposent de plusieurs salles, comme c'est le cas pour *le Malibu* ou *le Café du Marché*, on peut même trouver le logo du PMU au-dessus de l'embrasure de l'entrée de la salle réservée aux turfistes, afin de bien signifier aux clients l'usage de cet espace.

2. Des micro-territoires de l'entre-soi

Dans un point de vente de Jeux d'argent et de hasard, les joueurs peuvent s'adonner à différentes formes de jeux d'argent, les paris hippiques pour le PMU et les jeux de loteries, jeux à gratter et paris sportifs pour la FDJ. Étant donné leurs natures

Figure 3 :
Représentation simplifiée de l'organisation interne d'un bar-PMU/FDJ d'Aubervilliers
(Nicolas Brun, 2023).

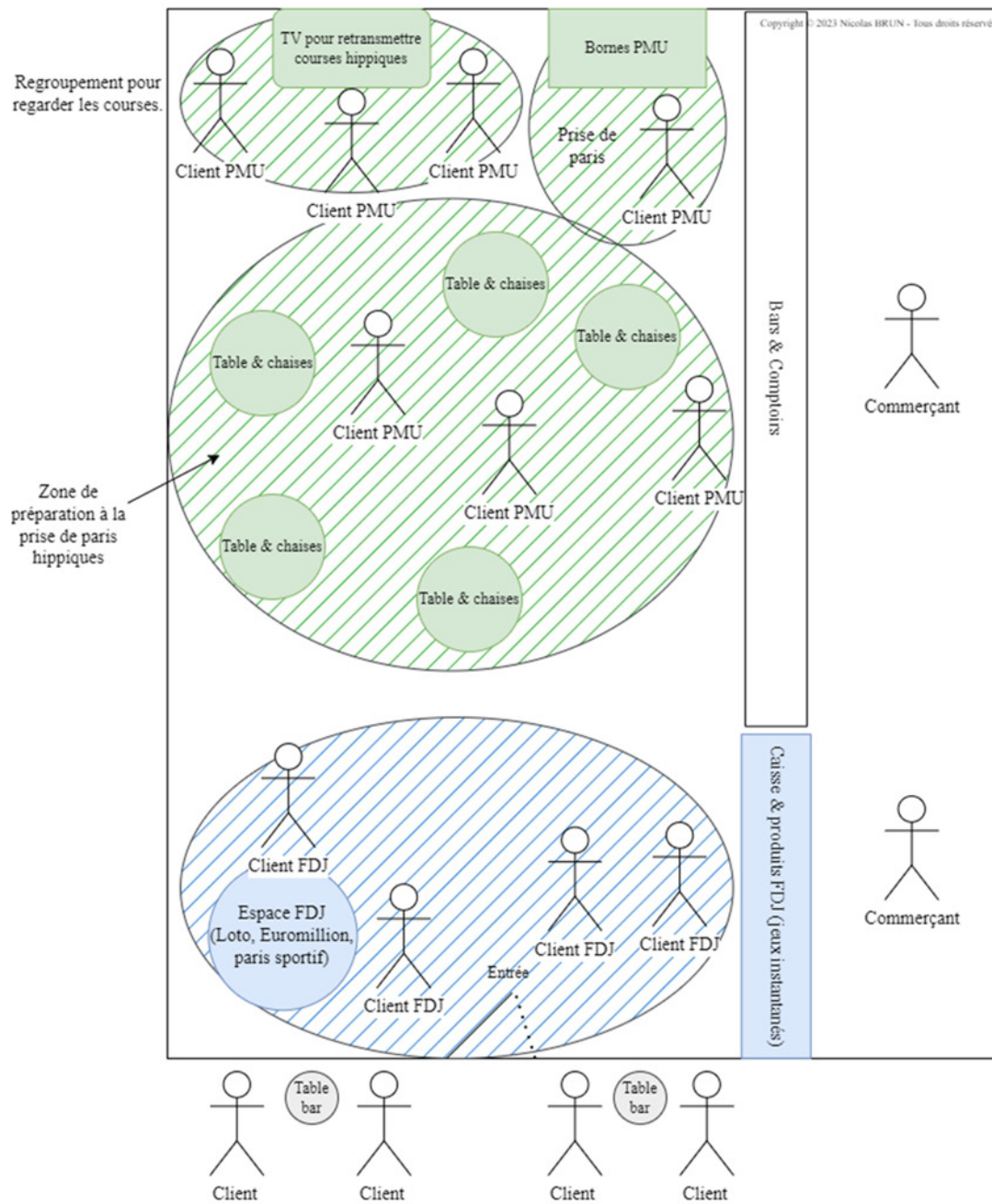


Figure 4 :

Vie des points de vente de jeux d'argent à Aubervilliers. En haut les turfistes se regroupent devant les écrans TV du bar-PMU Le Celtique pour suivre la course du moment. En bas, un groupe de parieurs prennent un café devant le Madison.
(Nicolas Brun, 2022)



différentes, ces jeux d'argent n'entraînent pas les mêmes usages des points de vente de jeux d'argent et de hasard. Notamment en termes de temps alloué à la pratique même du jeu, quelques minutes tout au plus pour les jeux à gratter de la FDJ, à plusieurs dizaines de minutes voire plusieurs heures pour les turfistes les plus chevronnés. Les turfistes et les adeptes des jeux de la FDJ n'ont ainsi pas le même usage spatial et temporel des points de vente. Les premiers se considéreront comme des habitués et resteront parfois plusieurs heures dans le point de vente, tandis que les seconds seront des usagers de passage, qui n'iront pas s'aventurer au-delà de l'espace dédié aux jeux de la FDJ.

Les pratiques ludiques des usagers vont également entraîner des sociabilités ludiques différentes. Pour un turfiste, les échanges avec les autres parieurs font partie du jeu (Martignoni-Hutin, 1992, p.8; Mangel, 2006, p.39 ; Valin, 2013, p.383), comme le fait de se rassembler devant les écrans TV au moment des courses (Figure 4, image de droite). La sociabilité des turfistes bien que supérieure à celle des joueurs FDJ, qui n'en ont aucune ou presque entre eux, n'en reste pas moins une « *sociabilité éphémère* » (Valin, 2013, p.383). Tandis qu'entre les groupes, les échanges sont rares, n'ayant pas ou peu de points en communs, si ce n'est de se retrouver dans un même lieu pour jouer à des jeux différents.

Cependant, malgré le partage de ce même lieu, les usagers de ces deux groupes ne partagent pas les mêmes espaces. Cette séparation des espaces est accentuée par les choix des opérateurs de jeux d'argent du PMU et de la FDJ. En effet, le choix de positionner pour la FDJ ces équipements au niveau de l'entrée et pour le PMU de se positionner plus en retrait dans le point de vente, marque une première volonté des deux opérateurs de bien différencier leurs espaces respectifs. Le PMU participe ainsi à travers ce

choix à façonner « *l'entre-soi [...] communautaire [des turfistes] et le clivage entre les différentes populations d'usagers* » des points de vente (Valin, 2013, p. 387). Tandis que la FDJ avec un emplacement à proximité de l'entrée, facilite grandement l'écoulement du flux plus ou moins important d'usagers venus jouer à ses jeux. De plus, les codes couleurs respectifs, le bleu pour la FDJ et le vert pour le PMU, participent également à construire visuellement ces espaces de jeux spécifiques à chacun des deux opérateurs. Tout comme la pose d'affichage publicitaire, des logos du PMU ou de la FDJ, contribue également à ce phénomène de cloisonnement de ces espaces, jusqu'à - comme cela a été mentionné précédemment - installer au-dessus de l'embrasure des salles dédiées aux courses hippiques, le logo du PMU, pour bien signifier aux éventuels usagers qu'ici se trouve le territoire des turfistes, en opposition au territoire des usagers des jeux de la FDJ.

Références bibliographiques :

Mangel A.-C., 2006, *Le succès du Pari Mutuel Urbain auprès des populations d'origine étrangère. L'influence d'une situation d'immigration sur la pratique d'un jeu d'argent*. Mémoire de master 2. URL : <https://consommations-et-societes.fr/uploads/documents/200903CLAIREMANGELPMUMemoireM2.pdf>

Martignoni-Hutin J.-P., 1992, « Jeux, joueurs, espace de jeu: Le course par course du P.M.U. », *Ethnologie française*, vol. 22, no 4, p. 472-489.

Niedzielski P.-E., 2018, *Sociabilités de comptoir: une ethnographie des débits de boissons* (Thèse de doctorat). URL : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-03000539>

Valin A., 2013,, *Le hasard en sociologie : autour des pratiques quotidiennes des jeux d'aléa* (These de doctorat). Consulté à l'adresse <https://www.theses.fr/2013BESA1024>

Vercher E., 2003, « Les jeux d'argent à l'épreuve d'Internet: l'esthétique entre l'interaction publique et l'imaginaire », X^e Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest, 28 juin – 3 juillet.

Pour citer cet article :

BRUN Nicolas, « Jeux de hasard et d'argent et micro-proximités dans les bars-PMU. L'exemple d'Aubervilliers. », o | 2023 - *Ma Proximité*, GéoProximitéS, URL : <https://quamoter.hypotheses.org/3153>