

Paris-Turf du 07/10/2013

L'EPMA touche au but



Co-organisé par l'EPMA (European Pari Mutuel Association), le PMU (Pari Mutuel Urbain) et Longines, et sponsorisé par le Groupe Carrus, Sportech, LARC (Latin American Racing Channel) ainsi que United Tote, le forum annuel du Racing & Betting Business Event, qui s'est tenu vendredi 4 octobre dans les locaux de la Fédération Française de Football à Paris, a tenu toutes ses promesses pour sa sixième édition avec une assistance record de 115 personnes issues de 30 pays différents.

Préparé avec le plus grand soin par Florence Gras, secrétaire générale de l'EPMA, et arbitré par Jocelyn de Moubroy et Jason Brautigam, ce forum a permis, de 9 h 45 à 17 h 30, à quelque vingt intervenants de s'exprimer autour de 3 axes : « Mobile Application », « Revolution in the Retail Market » et « Social Media/Network ».

Après avoir ouvert le forum avec un discours tourné autour des efforts et développements à consentir pour « *satisfaire sa clientèle en 2020* » et les innovations inéluctables qui en découlent, le président du PMU et de l'EPMA, Philippe Germond, a laissé sa place à Paul Lee de Deloitte et Riko Luiking de German Tote, qui ont tour à tour déclaré que « *30% des paris seraient passés sur le mobile en 2015* » et, qu'en Allemagne, « *les parieurs utilisaient plus facilement leur mobile pour parier plutôt que d'aller au guichet ou sur un site internet* ». De son côté, Jérôme Carrus, a choisi, par l'intermédiaire d'un court-métrage, au montage rétro/avant-gardiste, de retracer les 125 ans (1888-2013) d'existence du groupe. Nombre de sujets clés ont pu être abordés dans la journée avec notamment des exemples de marketing publicitaire osés et payants de Paddy Power (Dan Thomson). Déterminés, Julien Codorniou (Facebook) et Benjamin Ampen (Twitter) ont souligné la puissance des réseaux sociaux dans l'univers du gaming, le premier précisant « *chaque mois, 260 millions de gens jouent à des jeux sur Facebook (15% des revenus provenant des jeux)* » avant de poursuivre : « *23% du temps passé sur le mobile est passé sur Facebook* ». Le second a souligné le côté viral et instantané de l'outil mêlant le « *live, public et conversational* ». En bref, de nombreux sujets évoqués dont chacun peut s'inspirer pour répondre à un public varié et redonner aux courses l'image qu'elles méritent. En savoir +, rendez-vous sur <http://www.epma-forum.net/>