LES ENJEUX

BUSINESS SPONSORING & PARTENARIATS

Les paris sportifs, colonne vertébrale discrète du sport français

Vincent Reynaert
Publié le 31 juillet 2025 . Lecture estimée : 7 min

Dans les tribunes, sur les maillots, dans les discours : les opérateurs de paris sont partout dans le sport tricolore. Quinze ans après avoir défié l'État, ils sont devenus des mécènes incontournables mais pas incontestés.

Printemps 2010. À Gerland, les Lyonnais entrent sur la pelouse face à Lille, le torse barré d'un nom qui fait tache dans le paysage réglementaire : Betclic. À l'époque, la loi française n'a pas encore légalisé les paris en ligne. Mais Jean-Michel Aulas, patron de l'OL, joue un coup politique. Pari réussi. Quelques semaines plus tard, la loi ouvre le marché.

Depuis, le maillot est devenu une vitrine. Et les opérateurs, des partenaires comme les autres. Sauf que derrière les logos, un jeu bien plus subtil s'est mis en place. Les paris sportifs ne sont plus des intrus, ils sont devenus l'un des piliers invisibles du sport français. Un soutien financier, par le sponsoring ou le droit au pari reversé aux fédérations et ligues, autant qu'un acteur du récit sportif.

La lecture de cet article est réservée aux membres

Abonnez-vous gratuitement ou connectez-vous
Envie de lire la suite ?
Créez gratuitement votre profil Les Enjeux !

- Accedez à 100% du contenu Les Enjeux
- Recevez une newsletter éditoriale tous les mardis
- Restez au contact de l'évolution des Enjeux

Je crée mon profil
Déjà abonné ?
Connectez-vous :

Adresse E-mail *
Mot de passe *
Mot de passe oublié ?
Connexion