

Partenariat prolongé : le PSG reste fidèle à Parions Sport Point de Vente



Vincent Reynaert

Publié le 16 septembre 2025 . Lecture estimée : 3 min



Le Paris Saint-Germain et ParionsSport Point de Vente ont choisi de poursuivre leur aventure commune jusqu'en 2028. Ce partenariat, qui s'inscrit désormais sur le long terme, confirme une orientation claire : il ne concerne que les activités en réseau physique, marquant ainsi une séparation nette avec les opérations en ligne de FDJ United.

Depuis 2022, ParionsSport Point de Vente s'affiche aux côtés du club parisien comme Partenaire Premium. La prolongation, annoncée hier par les deux parties, vient renforcer ce lien en mettant en avant la proximité avec les supporters et la mise en valeur des points de vente physiques. À travers cette collaboration, FDJ United entend développer une offre plus expérientielle, où le match ne se vit pas seulement au stade mais aussi dans le réseau de distribution.

Dans les mois à venir, plusieurs dispositifs sont prévus : opérations spéciales autour des rencontres du PSG, Fan Zones avec animations et places à gagner, tapis 3D sur la pelouse du Parc des Princes et expériences immersives en avant-match. Les supporters pourront également rencontrer des Légendes du club dans le cadre d'événements exclusifs. Autant d'initiatives qui visent à transformer le simple pari en un moment de partage et d'émotion.

La parole aux partenaires

Du côté de l'opérateur, ce renouvellement illustre une volonté d'ancrage :

“ Nous sommes particulièrement heureux de reconduire ce partenariat avec le Paris Saint-Germain. Ce choix traduit notre volonté de nous inscrire dans la durée aux côtés d’un club emblématique. Depuis 2022, notre collaboration s’est construite autour de valeurs communes : engagement, performance et proximité avec le public. Nous sommes fiers d’accompagner cette nouvelle étape avec de nombreuses animations pour offrir une expérience unique aux supporters. ”

Patrick Buffard – Directeur Loterie France et paris sportifs en réseau FDJ United ”

L’enthousiasme est partagé du côté du club champion d’Europe 2025 et Richard Heaselgrave, Chief Revenue Officer du PSG, souligne la force de ce lien : « Nous sommes heureux de prolonger notre collaboration avec Parions Sport Point de Vente, un acteur ancré dans le quotidien des Français. Cette prolongation illustre la confiance réciproque entre deux marques fortes et l’ambition de continuer à écrire ensemble une histoire commune autour du sport. »

Retail et digital : deux mondes séparés

Un point clé de cette reconduction mérite d’être souligné : il s’agit exclusivement de ParionsSport Point de Vente. Les activités digitales de FDJ United n’entrent pas dans le périmètre de l’accord. Ce choix stratégique vient confirmer la volonté de dissocier clairement les univers retail et en ligne, afin d’offrir des expériences adaptées à chaque canal.

[Retrouvez ici le communiqué diffusé par le Paris Saint-Germain !](#)