LES ENJEUX

PARIS HIPPIQUES

Qatar Prix de l'Arc de Triomphe 2025 : la sortie médiatique annuelle des courses hippiques

Vincent Reynaert
Publié le 30 septembre 2025 . Lecture estimée : 6 min

Chaque début d'octobre, Paris Longchamp devient, l'espace d'un week-end, bien plus qu'un hippodrome : une scène médiatique mondiale où la filière française raconte son sport au plus grand nombre. En 2025, France Galop assume pleinement cet objectif : faire de l'Arc un produit média grand public – sans perdre de vue l'enjeu business pour le PMU.

Course de plat sur 2 400 m, dotation record, palmarès planétaire : le Qatar Prix de l'Arc de Triomphe coche toutes les cases du sommet sportif. Mais sa singularité tient à son rôle de vitrine : l'Arc concentre, en deux jours, l'essentiel de ce que la filière veut montrer d'elle-même. Excellence du cheval, savoir-faire des professionnels, expérience spectateur, ouverture internationale, c'est l'occasion de sortir du seul cercle turfiste et de conquérir des audiences nouvelles.

Cette vocation de méga-événement n'est pas un vernis marketing. Elle irrigue toutes les décisions éditoriales : angles des contenus, temporalité des annonces, design de l'expérience sur site, articulation avec les relais médias nationaux et internationaux. L'Arc n'est pas qu'une course star, c'est un format média pensé pour l'impact.

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