LES ENJEUX

CHIFFRES & PERFORMANCES | PARIS HIPPIQUES

Qatar Prix de l'Arc de Triomphe 2025 : une course record

Vincent Reynaert
Publié le 9 octobre 2025 . Lecture estimée : 2 min

Porté par une audience mondiale et des masses de jeu records, le Qatar Prix de l'Arc de Triomphe 2025 a confirmé son statut de locomotive du pari hippique. Si les enjeux de la réunion reculent légèrement, la course reine et sa visibilité internationale consolident le rayonnement du produit "racing" français.

L'édition 2025 du Qatar Prix de l'Arc de Triomphe a généré plus de 100 millions d'euros d'enjeux à l'échelle mondiale, toutes masses confondues. Sur la seule course principale, le PMU enregistre, en France, 16,6 millions d'euros, en hausse de 3,3 %, et 1,57 million d'euros ont été misés sur l'hippodrome de ParisLongchamp, soit +13,5 %.

En revanche, les enjeux PMU sur l'ensemble de la réunion reculent de 2,7 % par rapport à 2024, à 32,7 millions d'euros. Une tendance qui confirme la concentration croissante de l'intérêt sur les temps forts, au détriment des autres courses du programme.

L'international tire la locomotive

C'est à l'international que l'Arc a trouvé son souffle : 38,3 millions d'euros ont été joués par les parieurs japonais (+34 %) en masse séparée sur la course reine, tandis que Hong Kong a enregistré 30,9 millions d'euros (+22 %). Ces marchés illustrent la puissance de l'export hippique français, soutenue par les accords de masse commune du PMU et la stratégie d'ouverture des paris à l'étranger.

Une exposition médiatique stratégique

La visibilité de l'événement confirme sa place à part dans le calendrier sportif mondial. La diffusion de la course sur M6 (créneau 16h04 – 16h28) a réuni 416 000 téléspectateurs, soit 4,6 % de part d'audience. Un score solide pour un contenu de niche, qui souligne le potentiel de médiatisation du produit hippique auprès du grand public et son rôle d'ambassadeur du pari mutuel français.

Entre prestige et modèle économique

Pour les acteurs du secteur, le message est double : la marque "Arc" demeure un actif majeur du PMU et de France Galop, mais le défi reste de capitaliser sur ce pic d'attention pour renforcer la consommation régulière. Le succès ponctuel de l'événement doit s'inscrire dans une stratégie durable, combinant innovation digitale, diffusion internationale et expérience terrain.