

bet365 prépare son arrivée en France, défiant un marché déjà saturé



Rédaction

Publié le 30 octobre 2025 . Lecture estimée : 4 min



Le géant britannique bet365 aurait entamé les démarches pour obtenir une licence d'exploitation auprès de l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ). Une étape lourde de sens : cela confirme la volonté du groupe de pénétrer, quelques mois avant la Coupe du Monde 2026, l'un des marchés les plus réglementés et fiscalement contraignants d'Europe. Mais pourquoi choisir la France aujourd'hui, alors que le contexte concurrentiel et économique semble si peu propice à un nouvel entrant ?

En France, les paris sportifs en ligne sont autorisés depuis 2010. Quinze ans plus tard, le marché est arrivé à maturité. Les acteurs majeurs, Winamax, Betclic, et FDJ United (et sa filiale Unibet), se partagent l'essentiel du gâteau, avec plus de 80 % des mises légales concentrées entre leurs mains.

Ces opérateurs ne dominent pas seulement par leur poids économique sur le marché. Au fil des années, ces entreprises françaises assoient sur leur réussite sur une connaissance fine du marché français qu'elles ont façonné : typologie des parieurs, formats de cotes, ergonomie des plateformes, usages spécifiques et maîtrise des contraintes légales française. Leur offre est profondément ancrée dans la culture de jeu locale, un atout que les modèles internationaux, souvent standardisés, ont historiquement eu du mal à adapter.

Un contexte de tension mais aussi d'opportunités

Le moment choisi par bet365 n'est pas anodin. Le marché français traverse une phase de recomposition stratégique :

- Betclic s'adosse au leader du paris sportifs allemand, Tipico, [à travers la création de Banijay Gaming](#), symbole d'une convergence entre gaming, sport et divertissement.
- Winamax renforce son ADN communautaire et sa présence média tout en explorant de nouveaux terrains de jeu (lancement prochain en Italie).
- FDJ United consolide son écosystème. À l'issue du premier trimestre 2026, ses marques (Parions Sport en Ligne et Unibet) vont se regrouper sous une seule bannière qu'il faudra faire vivre médiatiquement.

Dans cet environnement, bet365, tout comme DAZNBet dans les prochains jours, arrive sans ancrage culturel, sans réseau local et sans base client. [La conquête sera donc coûteuse, longue, et hautement incertaine.](#)

Pour s'imposer, le groupe devra probablement investir massivement dans la communication, les partenariats sportifs, et la personnalisation produit, tout en se conformant à un cadre fiscal étouffant : la taxe sur les mises atteignant jusqu'à 55 % selon les segments.

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 !

- Accédez 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