LES ENJEUX

SPONSORING & PARTENARIATS | BUSINESS | MARKETING | STRATÉGIES DES OPÉRATEURS

Winamax renforce son engagement dans l'esport avec G2 et Riot Games



Vincent Reynaert

Publié le 27 janvier 2026 . Lecture estimée : 8 min



Avec son double partenariat avec G2 Esports et Riot Games, Winamax change clairement de dimension dans l'esport. Plus qu'un simple sponsoring, l'opérateur français structure une stratégie d'engagement durable, mêlant statut officiel, production de contenus et activations communautaires. Un mouvement qui illustre l'évolution des enjeux marketing dans les paris sportifs.

Winamax franchit une nouvelle étape dans sa stratégie de partenariats communautaires en officialisant un accord pluriannuel avec G2 Esports et Riot Games. L'annonce, structurée autour du sponsoring de l'équipe League of Legends de G2 pour les deux prochaines saisons, marque surtout une montée en puissance plus globale : l'opérateur français ne se contente plus de "regarder" l'esport comme un terrain d'opportunité, il s'y installe avec un dispositif complet, mêlant statut officiel, activations éditoriales et présence au plus près des fans.

Dans un marché des paris sportifs où les volumes se concentrent encore largement sur le football, le tennis ou le basket, Winamax confirme une logique déjà perceptible dans ses dernières initiatives : investir des communautés à forte intensité digitale, parfois en marge des sports les plus "betting-friendly", pour créer de la préférence de marque. Une approche que l'on retrouve dans son intérêt pour des disciplines émergentes et culturelles, à l'image du MMA via son partenariat avec Hexagone, et qui prend ici une dimension plus structurante dans l'écosystème esport européen.

La partie la plus significative de l'annonce ne se limite pas à la relation entre Winamax et G2. L'opérateur a également obtenu auprès de Riot Games le statut d'Official Sports Betting Operator pour les compétitions esport de l'éditeur, couvrant notamment la League of Legends European Championship (LEC), le Valorant Champions Tour (VCT) EMEA, ainsi que certaines compétitions internationales, dont le Championnat du Monde de League of Legends.

Cet agrément positionne Winamax dans un cadre de partenariat officiel particulièrement encadré. Il reflète le travail mené par l'opérateur pour répondre aux exigences du programme, notamment en matière de conformité et de jeu responsable. Dans un univers où les collaborations entre esports et betting font régulièrement l'objet de débats, cette validation par Riot Games agit comme un marqueur de légitimité : Winamax ne se place pas en simple annonceur opportuniste, mais comme une marque autorisée à activer un territoire culturel sensible avec des règles précises, des garde-fous et un périmètre défini.

Ce statut donne également à Winamax un levier stratégique évident : celui de s'inscrire dans un écosystème esport mondialisé, où l'audience se structure d'abord autour des ligues, des compétitions internationales et des figures médiatiques, plus que par les clubs eux-mêmes. Winamax se dote ainsi d'une double entrée : la crédibilité institutionnelle via Riot Games, et l'impact communautaire via G2.

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