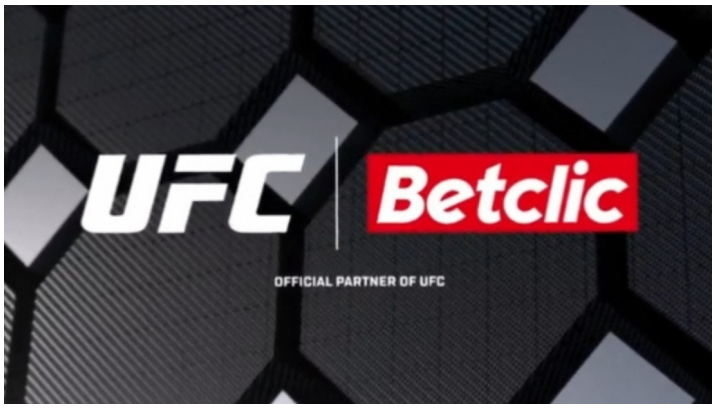
LES ENJEUX

SPONSORING & PARTENARIATS | JEUX | MARKETING | PARIS SPORTIFS

Betclic prolonge son partenariat MMA avec l'UFC jusqu'en 2028

Vincent Reynaert
Publié le 5 février 2026 . Lecture estimée : 4 min



En renouvelant son partenariat avec l'UFC jusqu'en 2028, Betclic confirme une stratégie claire : miser sur le MMA comme moteur de croissance durable et s'appuyer sur une propriété sportive mondiale, capable de s'incarner localement. France, Portugal et Pologne restent les trois piliers de cet accord pensé sur le long terme.

Betclic et l'Ultimate Fighting Championship poursuivent leur collaboration entamée en 2023. L'annonce officialise une prolongation jusqu'à fin 2028, sur les trois marchés européens de l'opérateur : la France, la Pologne et le Portugal. Derrière ce renouvellement, on lit moins un simple ajustement contractuel qu'une confirmation stratégique. Le MMA s'impose durablement dans les usages, et Betclic entend rester solidement positionné sur cette dynamique. Le partenariat conserve sa logique initiale, mais monte clairement en puissance. Les deux partenaires évoquent un dispositif 360, mêlant visibilité, contenus et expériences, avec une ambition simple à formuler et plus complexe à exécuter : rapprocher les parieurs de l'intensité réelle de l'octogone, sans se limiter à une exposition de marque classique.

Dans les faits, Betclic bénéficiera d'une visibilité renforcée sur les temps forts des événements UFC, notamment lors des pesées officielles, moments très suivis par les fans. La marque sera également présente de manière élargie sur l'ensemble des événements organisés par l'UFC dans les territoires concernés. Mais l'essentiel se joue ailleurs. Le partenariat met l'accent sur des expériences premium, à la fois physiques et digitales, destinées aux joueurs. L'objectif n'est pas seulement de capter l'attention, mais de créer un sentiment de proximité avec l'événement, dans un univers où l'émotion et la narration comptent autant que le résultat sportif. Les activations et contenus social media occupent également une place centrale. Le MMA est un sport de storytelling, rythmé par les rivalités, les trajectoires individuelles et les prises de parole des athlètes. Miser sur ces formats apparaît comme un choix naturel pour entretenir l'engagement au-delà des soirées de combat.

Être visible tout autour de l'octogone permet à la marque bordelaise de s'associer à l'une des disciplines sportives les plus suivies du moment.

Betclic Presenting Partner de l'UFC Paris

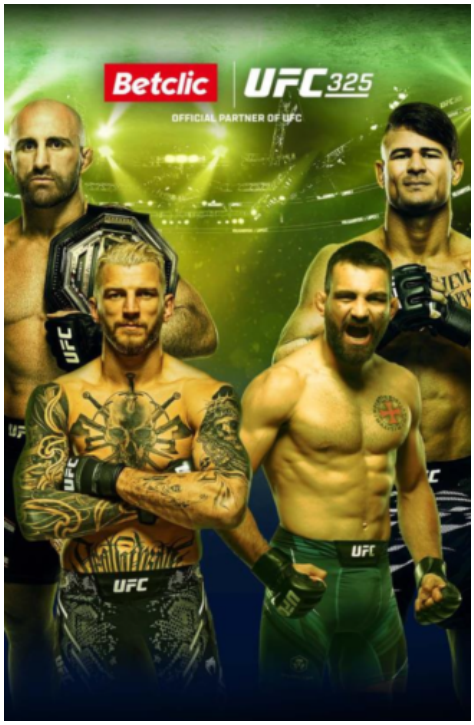
Le point le plus symbolique de ce renouvellement reste le statut de Betclic comme Presenting Partner de l'UFC Paris. L'événement est désormais identifié comme un rendez-vous structurant du MMA en France, autant sur le plan sportif que médiatique. La prochaine date n'a pas encore été annoncée par l'organisation dirigée par Dana White, mais le message est clair. Betclic souhaite rester associé à ce qui s'impose comme l'un des temps forts du calendrier MMA européen, et accompagner son installation durable dans le paysage sportif français.

Le MMA, un sport désormais incontournable dans les paris

Au-delà du discours, Betclic appuie ce renouvellement sur des chiffres parlants. Depuis 2023, le MMA est entré dans le Top 10 des sports les plus pariés sur l'application. En France, il affiche la plus forte croissance, avec une hausse annuelle moyenne de 65 pour cent des mises sur les trois dernières années, soit près de quatre fois plus rapide que les autres disciplines. Le nombre de parieurs a, lui, été multiplié par trois. Le MMA est déjà solidement installé auprès des parieurs français et polonais, et progresse de manière continue au Portugal. Cette dynamique explique le choix d'un partenariat pensé dès l'origine à l'échelle de plusieurs marchés, et non comme une initiative strictement franco-française.

Une approche locale adossée à une marque mondiale

Betclic met aussi en avant des figures fortes, adaptées à chaque pays. Cyril Gane et Benoît Saint-Denis en France. Charles Oliveira et Khamzat Chimaev en Pologne. Alex Pereira au Portugal. Cette capacité à localiser les récits, tout en s'appuyant sur la puissance globale de l'Ultimate Fighting Championship, constitue l'un des atouts majeurs de l'accord.



Ce partenariat permet à Betclic de pouvoir s'adosser à l'image des combattants stars de l'organisation tel que Benoit Saint-Denis.

Là où certains sponsors privilégient des circuits nationaux pour renforcer leur ancrage local, Betclic fait un choix complémentaire. Capitaliser sur une ligue mondiale, référence absolue du MMA, tout en activant finement chaque marché selon ses affinités propres.

Une continuité logique jusqu'en 2028

En prolongeant ce partenariat, Betclic sécurise une propriété premium, scalable et alignée avec une tendance lourde de

consommation sportive. Dans un contexte où l'attention devient une ressource rare, l'UFC offre une combinaison précieuse de spectacle, de narration et d'engagement. Des atouts que les chiffres de l'opérateur confirment déjà, et qu'il entend exploiter pleinement jusqu'en 2028.