LES ENJEUX

JEUX | MARCHÉ DE PRÉDICTION | MARKETING | SPONSORING & PARTENARIATS

Polymarket et LaLiga, premier accord entre une ligue européenne et un marché prédictif

Antoine Dugast
Publié le 7 avril 2026 . Lecture estimée : 2 min

La Liga franchit un nouveau cap dans sa stratégie commerciale en s'associant à Polymarket. Un partenariat inédit dans le football européen qui mêle droits médias, engagement interactif et positionnement sur les marchés prédictifs, dans un contexte de concurrence accrue entre plateformes.

LaLiga est la première ligue de football européenne à conclure un accord offciel avec un opérateur de marchés prédictifs.

L'accord pluriannuel fait de Polymarket le partenaire exclusif de la ligue espagnole de football aux États-Unis et au Canada, avec droits sur la propriété intellectuelle des clubs et visibilité sur les diffusions.

LaLiga est engagée depuis 2018 dans un plan à 20 ans pour développer son audience nord-américaine, ciblant des publics jeunes, multiculturels, habitués à consommer le sport sur plusieurs écrans simultanément. Polymarket lui offre précisément ce terrain : un format interactif qui prolonge l'engagement au-delà du match.

Pour Polymarket, cet accord consolide son avance sur son rival Kalshi dans la course aux partenariats avec les grandes ligues, après la MLB, la NHL, la MLS et l'UFC.

La plateforme démontre au passage qu'elle peut convaincre des fédérations sportives européennes, même là où elle ne peut pas encore opérer.
La Ligue de Football Professionnel pourrait s'inscrire dans une logique similaire avec Polymarket, à condition de limiter toute communication liée à ce type de partenariat en dehors du territoire français. Un modèle déjà observé avec le Paris Saint-Germain, qui collabore avec 1XBet sans agrément de l'Autorité Nationale des Jeux, tout en réservant la diffusion de ces campagnes aux marchés où l'opérateur est autorisé.