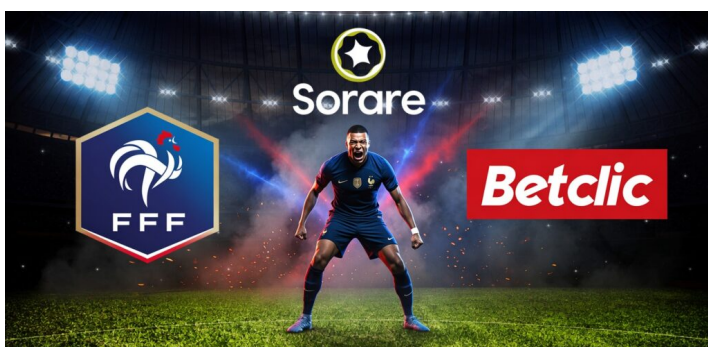


Betclik et FFF, un partenaire qui dérange



Antoine DUGAST

Publié le 9 juin 2026 . Lecture estimée : 7 min



Le 7 juin 2026, L'Équipe révèle que certains joueurs de l'équipe de France contestent l'usage de leur image dans une campagne Betclik. Derrière ce qui pourrait passer pour une posture morale se dissimule en réalité des enjeux complexes de pouvoir et de dépendance aux annonceurs.

Les querelles de primes et de sponsors avant les compétitions internationales sont des maronniers journalistiques classiques, dans tous les pays du monde et l'édition 2026 de la Coupe du Monde qui débute cette semaine n'en est pas exempt.

[L'Équipe](#), rapporte dans son édition dominicale que des internationaux de l'équipe de France n'étaient pas satisfaits de voir leur image associée à celle du leader français du paris sportifs.. Kylian Mbappé, Rayan Cherki, Ousmane Dembélé, Désiré Doué et Michael Olise y figuraient. Les photos venaient d'une séance organisée à Clairefontaine lors de la journée des partenaires commerciaux. Betclik affirme avoir respecté son accord avec la Fédération. Les joueurs, eux, disent ne pas avoir été informés de l'usage final des images.

Certains appelleront un caprice, et d'autres un questionnement moral légitime. Le fait est que les revenus des paris sportifs sont désormais un financement essentiel du sport français.

Betclik est un acteur incontournable du sport français. En 2020, Betclik devient partenaire de la Ligue de Football Professionnel, donc de la Ligue 1 et de la Ligue 2. En 2021, l'opérateur signe deux coups majeurs, et s'offre le naming du championnat de France de basket, rebaptisé Betclik Élite, en remplacement de Jeep, puis devient partenaire officiel des équipes de France de football, en lieu et place du PMU, présent depuis 2009.

Lors de cette passation symbolique, Betclik supprime l'historique du pari hippique au sommet du sponsoring fédéral, et noue ensuite des partenariats avec les fédérations de rugby, de handball et de volley. En 2025, il s'engage auprès de l'Arkema Première Ligue [jusqu'en 2030](#), le plus haut niveau du football féminin. Le naming du basket court jusqu'en 2029, le partenariat handball jusqu'en 2028.



Le résultat est un quadrillage quasi complet des sports collectifs, verrouillé sur la longue durée. Sur son site, Betclik se présente comme partenaire majeur du [sport en France](#). On a déjà décrit [ici](#) l'ambition du groupe, viser le Top 5 mondial des opérateurs d'ici 2030. Au-delà des contrats, l'opérateur cultive une image populaire. En témoignent sa campagne virale sur la [Ligue des champions](#) et son remboursement des parieurs après la [CAN 2025](#).

Un argent dont le sport ne peut plus se passer

Ce maillage prospère dans un contexte opportun, les fédérations ont besoin de cet argent. La FFF a enregistré un déficit de 8,7 millions d'euros sur l'[exercice 2024-2025](#), selon les comptes présentés en décembre 2025, malgré un budget record 299,1 millions d'euros prévus pour 2025-2026. Le déficit tient à des facteurs non récurrents mais nombreux et témoignant d'un monde qui change vite (abandon de créance de 10 millions consenti au football professionnel, le match France-Israël à très faible affluence qui a coûté 2,5 millions, etc.).

La fragilité est structurelle. L'État ne finance pas l'équipe de France masculine, contrairement à la plupart des fédérations. Seuls les partenariats privés permettent de verser les primes aux joueurs. Quand le ruissellement des droits télé de la Ligue s'effondre, la Fédération encaisse le choc sans matelas. Dans ce contexte, Betclik est un peu plus que du beurre dans les épinards.

Le contrat, [signé en 2021](#), lie Betclik à la FFF jusqu'à 2029. Son montant serait compris entre 5 et 8 millions d'euros par an, selon L'Équipe. Cette échéance qui a été peu relevée a pourtant son importance dans les événements actuels.

Sollicité par Les Enjeux au sujet de l'article de L'Équipe, Betclik indique « être avant tout une entreprise française de passionnés de sport. Depuis le début de notre partenariat avec les équipes de France, nous avons toujours considéré que soutenir les Bleus et leurs joueurs était à la fois une responsabilité et une fierté.

Cet engagement est sincère et concret. Nous avons par exemple été le seul opérateur de paris sportifs, et l'un des rares partenaires de l'équipe de France, à porter une campagne dédiée à la lutte contre le cyberharcèlement dont les sportifs sont trop souvent victimes.

C'est précisément parce que nous respectons les joueurs que nous ne souhaitons pas commenter les discussions

qui peuvent exister avec la Fédération. Notre rôle est celui d'un partenaire qui soutient les équipes de France et leurs performances sportives. »

Le partenaire qui dérange

Cet argent vient avec un coût politique, et plusieurs voisins européens ont déjà tranché. [En Espagne](#), le décret royal 958/2020 a banni les paris sportifs des maillots et des stades dès la saison 2021-2022. Une vingtaine de clubs professionnels ont dû renoncer à leur sponsor principal. [Au Royaume-Uni](#), les clubs de Premier League ont voté en avril 2023 le retrait des marques de paris de l'avant des maillots. La mesure, première du genre pour une ligue britannique, entre en vigueur à la saison 2026-2027.

L'addition est lourde pour ces clubs. [Les huit](#) équipes anglaises concernées tiraient environ 60 millions de livres par an de ces contrats, selon Sky Sports. [La Belgique](#) a engagé le même virage, un décret royal de 2023 prévoyant la fin du sponsoring sportif par les opérateurs d'ici 2028. La France n'a pas franchi ce pas pour ses clubs, et Betclïc y a d'ailleurs toujours préféré la visibilité hors maillot. L'opérateur met en avant ses engagements de jeu responsable, premier en France certifié [RG Check](#) en novembre 2025. Le débat, en France, se cristallise ailleurs, autour de l'équipe de France.

C'est là que les joueurs entrent en scène. Mbappé a fait du refus des paris sportifs une position constante. En 2024, il disait son désaccord avec la charte des droits à l'image, citant la malbouffe et les paris, au nom de son capitanat et son rôle auto-proclamé de modèle. La contestation de juin 2026 prolonge cette ligne, sur fond de tensions classiques avec la FFF sur les primes et les places des proches au Mondial.

Mais un constat réaliste s'impose : ni la ligue, ni la fédération ne sont en état de tableer sur des recettes TV significatives capable de supporter un train de vie devenu luxueux et victime d'une inflation généralisée dans une activité mondialisée par essence, là où l'Angleterre compte sur des partenaires institutionnels fidèles et solvables, par exemple.

Une question de morale... vraiment?

[Le 5 juin 2026, Mbappé accordait une longue interview à Sorare](#), plateforme de cartes NFT dont il est actionnaire depuis 2022. Deux jours plus tard, il conteste l'usage de son image par Betclïc. Le rapprochement nourrit, sur les réseaux, un procès en incohérence.

Le refus de Mbappé vise les paris sportifs au sens strict, l'argent misé sur un résultat. Sorare se revendique Fantasy football sur NFT ou [JONUM](#), pas opérateur de paris. La distinction ne tient qu'à un fil, les agrément des uns et des autres étant distribués par l'ANJ, pendant qu'au Royaume-Uni, la qualification de Sorare fait l'objet d'une procédure devant la UK Gambling Commission.

Les joueurs de football professionnels en 2026 sont ultra-entourés, ultra-informés, et ne peuvent pas ignorer le contexte de difficulté financières du football français. Rejeter un partenaire commercial de la fédération pendant qu'on fait de la publicité pour un concurrent indirect, ou alors en exigeant systématiquement des avantages supplémentaires (augmentation des primes, meilleure prise en charge, places réservées pour proches, conditions d'hébergement premium) passe pour un double standard.

Le débat moral, lui, restera un débat. La FFF n'a pas les moyens de s'en offrir les conséquences. Tant que l'État ne finance pas ses équipes et que les droits télé fondent, elle gardera l'argent du jeu, et la gêne qui va avec. Sans alternative crédible avant plusieurs années.