

Betclic devient partenaire titre de la nouvelle Ligue 3



Vincent Reynaert

Publié le 30 juillet 2026 . Lecture estimée : 3 min



La FFF et Betclic ont officialisé ce 30 juillet un naming sur trois saisons pour le nouveau troisième échelon du football français. Une nouvelle étape dans la relation entre l'opérateur et la fédération, entamée en 2021.

Le contrat fait de Betclic le partenaire titre de la Ligue 3, nouvelle appellation du troisième échelon national qui succède à l'ancien National 1. Cette division accueille des clubs historiques comme le Stade Malherbe de Caen, l'AS Cannes, le Sporting Club de Bastia ou Valenciennes, et la FFF affiche l'ambition d'en faire un championnat structuré et pérenne, porté par un nouveau format de compétition et l'expérimentation du Football Vidéo Support, une première en France.

Une pièce de plus dans la stratégie institutionnelle de Betclic

Pour Betclic, ce naming vient boucler une couverture quasi complète des compétitions organisées par la FFF. Le groupe est déjà partenaire des Équipes de France masculines et féminines, de la Coupe de France Crédit Agricole, de la Coupe de France Féminine et de l'Arkema Première Ligue.

En prenant le titre de la [Ligue 3](#), il consolide sa position d'opérateur institutionnel de référence auprès de la fédération, plutôt que de miser uniquement sur le sponsoring des grandes compétitions déjà saturées de marques concurrentes. C'est une stratégie de diversification par le bas de la pyramide, sur un échelon moins exposé, diffusé sur Ligue 1+, mais qui offre à Betclic une visibilité longue durée et un territoire de marque propre, la « Ligue 3 Betclic », que le groupe compte exploiter via une stratégie de communication dédiée autour des clubs, des joueurs et des territoires.

Ce naming s'accompagne d'ailleurs d'une avancée sur le volet paris. Dans sa décision n° 2026-159 du 21 juillet, [l'ANJ a accepté, à la demande de Betclic](#), seul opérateur requérant, d'ouvrir à la liste sport les cinq matches des barrages d'accès à la Ligue 2. La saison régulière de la Ligue 3, elle, reste en dehors du périmètre autorisé. Betclic obtient donc à la fois le titre du championnat et la possibilité de faire parier sur son moment le plus disputé, la montée, ce qui referme la boucle entre naming, communication et offre de jeu.

Un contrat qui pourrait un jour se heurter à la loi

Le naming se conclut cependant dans un climat parlementaire qui n'est pas anodin. La proposition de loi visant à encadrer la publicité pour les paris sportifs, déposée en juin par le député Emmanuel Duplessy et actuellement en commission à l'Assemblée nationale, prévoit justement d'interdire aux opérateurs de jeux d'argent de donner leur nom à des enceintes et compétitions sportives organisées en France.

Le texte n'en est qu'à un stade précoce de son parcours législatif et rien ne garantit son adoption. Mais si une telle disposition venait à passer, le naming Ligue 3 Betclic figurerait parmi les premiers accords concernés, sur une durée de trois saisons qui dépasse largement le calendrier politique actuel.