SPONSORING & PARTENARIATS | BUSINESS

Betclic s'offre RMC & déloge Winamax

Rédaction
Publié le 27 novembre 2026 . Lecture estimée : 7 min

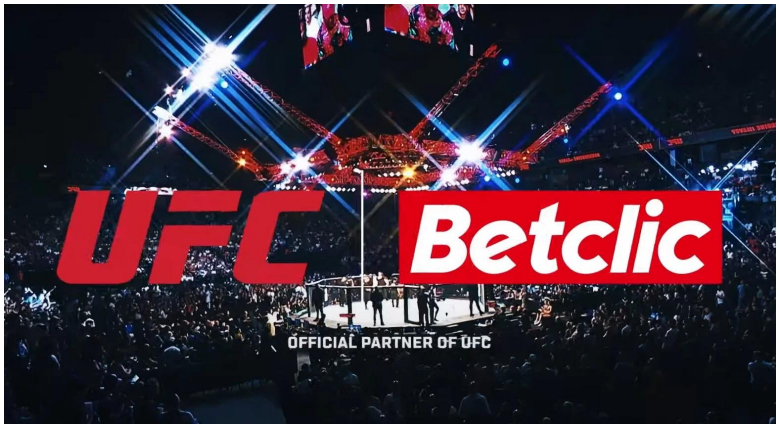


Betclic a signé pour 4 ans avec CMA Media et devient le partenaire de RMC et RMC Sport, à une place que Winamax occupait depuis plus de dix ans. La négociation a été âpre et le changement a déjà coûté son micro à l'un des animateurs du RMC Poker Show. Entre les deux poids lourds français du jeu en ligne, l'affrontement devient direct.

Le communiqué est tombé ce jeudi 26 novembre. Betclic y est présenté comme le « nouveau partenaire stratégique » de RMC et RMC Sport pour les quatre prochaines années, dans le cadre d'un accord signé avec CMA Media qui couvre la radio, la télévision, le digital, les réseaux sociaux et les événements du groupe.

Trois univers sont concernés. Les sports collectifs, avec l'After Foot, Rothen s'enflamme et le Super Moscato Show, auxquels doivent s'ajouter des contenus sur le basket et le handball. Le MMA, autour de l'UFC et de RMC Sport Combat. Et le poker, avec le RMC Poker Show, seul rendez-vous radio consacré à la discipline en France.

Les premières activations seront dévoilées aux RMC Sport Games, du 3 au 7 décembre à l'Alpe d'Huez. Julien Brun, directeur général de Betclic, explique que le rôle de l'opérateur va « au-delà du sponsoring ». Camille Andrieu, directrice générale de CMA Media, parle d'une nouvelle étape pour un groupe qui veut devenir un acteur de référence du sport en France. Aucun montant n'a été communiqué. Mais la bataille que se sont livrée Winamax et Betclic, et les tentatives d'autres opérateurs de s'inviter entre les deux, ont à coup sûr permis à RMC de faire grimper le prix.



BETCLIC partenaire de l'UFC

Winamax délogé de son salon

Dans le communiqué, le mot important est « nouveau », car la place était prise. Depuis son lancement en 2014, le RMC Poker Show se présentait comme une émission « en partenariat avec Winamax ». Les Paris RMC étaient eux aussi associés à Winamax Sport.

Le partenariat allait bien plus loin que de l'achat d'espace. Dès 2015, Winamax lançait un tournoi quotidien aux couleurs de l'After Foot. Sont venus ensuite le Survivor After Foot, où les parieurs défient les chroniqueurs de l'émission, puis des formats digitaux avec RMC Sport sur Twitch, dont un RMC Poker Challenge. En mai 2025 encore, l'After délocalisait trois soirées dans la villa Winamax TV de l'Es Saadi Marrakech Resort, pendant le SISMIX.

En plus de 10 ans, les deux marques avaient fini par être associées dans l'esprit des auditeurs. Betclic récupère aujourd'hui cet acquis, au détriment de Winamax.

La quintessence d'une stratégie d'occupation

Le contrat RMC s'inscrit dans une série. Depuis cinq ans, l'opérateur bordelais multiplie les accords dans le sport français. Partenaire de la FFF depuis 2021, il a obtenu cet été le naming de la Ligue 3 pour trois saisons, après s'être engagé avec l'Arkema Première Ligue jusqu'en 2030. Il est aussi présent sur le Top 14 jusqu'en 2027, auprès de la FFR sur 2025-2028, dans le handball, le volley, le basket avec la Betclic Élite, et à l'UFC depuis 2023.

Nous l'écrivions début novembre : Betclic investit fortement dans le sport français malgré la pression. Cette semaine encore, en marge du Salon des maires, le groupe a signé avec l'ANDES, l'association des élus locaux chargés du sport.

Betclic était donc déjà installé auprès des fédérations, des ligues et des collectivités. Il lui manquait les émissions où les supporters refont le match, et sur ce terrain RMC n'a pas d'équivalent en France. Les trois univers retenus dans l'accord correspondent d'ailleurs aux disciplines où l'opérateur est déjà partenaire.

Le challenger va chercher le leader chez lui

Les deux opérateurs revendiquent la première place. Betclic se présente comme le leader des paris sportifs en ligne, mais pendant la Coupe du monde, Winamax aurait capté 43 % du marché français, contre 33 % pour son rival. Ce sont des estimations, l'ANJ ne publiant aucune donnée par opérateur. Elles situent tout de même Betclic dans le rôle du poursuivant.

Le poker est le terrain le plus sensible. Winamax y est la référence, et le RMC Poker Show lui servait de vitrine auprès du grand public. Betclic en a fait une priorité : l'opérateur a quitté le réseau Playtech pour une plateforme maison, conçue pour le mobile et les joueurs récréatifs. Ses joueurs actifs ont augmenté de 16 % en 2025 et ses revenus poker d'environ 33 % sur neuf mois.

Le communiqué affirme qu'« un joueur de poker sur trois en France » est désormais actif sur l'appli Betclic. Ce n'est pas une part de marché, beaucoup de joueurs ayant des comptes chez plusieurs opérateurs. Mais glisser ce chiffre dans le texte qui officialise la reprise d'une émission jusque-là estampillée Winamax n'a rien d'innocent.

Même logique dans le MMA. Winamax donne son nom à Hexagone MMA, que diffuse RMC Sport, et Betclic, déjà partenaire de l'UFC, s'associe maintenant au diffuseur. Sur chacun des trois univers de l'accord, Betclic vient donc se placer en face de Winamax.

Moundir, première victime collatérale

Révélé au grand public par Koh-Lanta en 2003, devenu animateur des Apprentis aventuriers sur W9 et figure familière du poker français, Moundir a annoncé son départ du RMC Poker Show mercredi 25 novembre, la veille de l'officialisation de l'accord. Co-animateur de l'émission aux côtés de Daniel Riolo depuis dix ans, il a publié sur ses réseaux sociaux un message de remerciements aux auditeurs, sans donner les raisons de son départ. Tout juste laisse-t-il entendre qu'il ne l'a pas choisi :

“ On peut me retirer un micro, mais jamais ma passionMoundir



”

L’enchaînement nous paraît logique. Moundir collabore à titre personnel avec Winamax depuis des années, et son maintien à l’antenne devenait difficilement tenable dès lors que l’émission passait sous les couleurs de Betclic. Au vu des montants engagés et des investissements consentis par le nouveau partenaire, on voit mal comment celui-ci aurait accepté que son rendez-vous poker soit incarné par un visage associé à son concurrent.

Il ne quitte pas le groupe pour autant. Moundir donne rendez-vous « très bientôt à la télévision » et doit animer *La Dernière Table*, un jeu autour du poker annoncé sur RMC Story.

Daniel Riolo, reste à l’antenne de ses émissions sur RMC, l’After Foot comme le RMC Poker Show, il confie aux Enjeux.

“ Une page formidable de treize saisons se tourne avec Winamax, et j’en garde forcément un peu de nostalgie, mais la suite m’enthousiasme tout autant : un nouveau partenaire, une nouvelle histoire, et je suis impatient de la commencer.Daniel RIOLO ”

Une négociation jusqu’à la dernière carte

Les discussions ont été extrêmement dures, d’après nos informations, et les deux opérateurs ont cherché jusqu’au dernier moment à gagner les faveurs de RMC. Winamax n’a donc pas renoncé de lui-même à ce partenariat. Il voulait le garder et s’est fait doubler.

CMA Media s’assure quatre ans de revenus et un partenaire prêt à financer de nouveaux formats. Pour le reste du secteur, l’épisode montre que les grands espaces médias du sport sont désormais disputés frontalement par les deux leaders, alors que la pression réglementaire sur la publicité des jeux d’argent réduit l’offre disponible.

Et maintenant, la réponse du W rouge

Winamax perd une vitrine mais conserve des moyens de répondre. L’opérateur produit ses propres contenus avec Winamax TV et le Winamax FC, diffuse gratuitement les WSOP sur sa chaîne, donne son nom à Hexagone MMA et s’affiche depuis septembre sur le maillot du Paris Basketball en EuroLeague. Il dépend moins que d’autres des antennes extérieures.

Winamax a surtout l’habitude de surprendre. Tout au long de son histoire, la marque au W rouge a répondu là où on ne

l'attendait pas, par ses campagnes comme par ses partenariats. Sollicité, Winamax n'a pas souhaité commenter. On attend la suite.