

Les paris sportifs dans la perspective de la Coupe du monde de football 2026

Mai 2026

Antoine Gautier, Directeur d'études au Département Politique – Opinion
Rémy Broc, Chef de groupe au Département Politique – Opinion



Méthodologie d'enquête

P.3

1

Intention de suivre la Coupe du monde de football

P.5

2

Intention de parier durant la Coupe du monde de football

P.8

3

Regard porté sur les paris sportifs

P.15

4

Perception des campagnes publicitaires sur les paris sportifs

P.20



Terrain

Enquête réalisée en ligne
du 19 au 21 mai 2026.



Échantillon

Échantillon de 1 071 personnes
représentatif des Français âgés de 18 ans
et plus.



Quotas

Méthode des quotas et redressement
appliqués aux variables suivantes :
sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle,
région et taille d'agglomération de
l'interviewé(e).

Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.
- Les comparatifs présentés font référence aux enquêtes suivantes :
 - L'impact de la Coupe du Monde de football sur le quotidien des Français : enquête réalisée par Harris interactive en ligne du 15 au 16 mai 2018, auprès d'un échantillon de 1 040 personnes représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus
 - Les paris sportifs durant l'Euro de football : enquête réalisée en ligne pour l'Autorité Nationale des Jeux du 1er au 3 juin 2021, auprès d'un échantillon de 1 008 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus
 - Les Français et les paris sportifs dans la perspective de la Coupe du Monde 2022 : enquête réalisée en ligne pour l'Autorité Nationale des Jeux du 7 au 11 octobre 2022, auprès d'un échantillon de 1 027 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.
 - Les Français et les paris sportifs dans la perspective de l'Euro 2024 : enquête réalisée en ligne pour l'Autorité Nationale des Jeux du 15 au 17 mai 2024, auprès d'un échantillon de 1 070 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



Intervalle de confiance

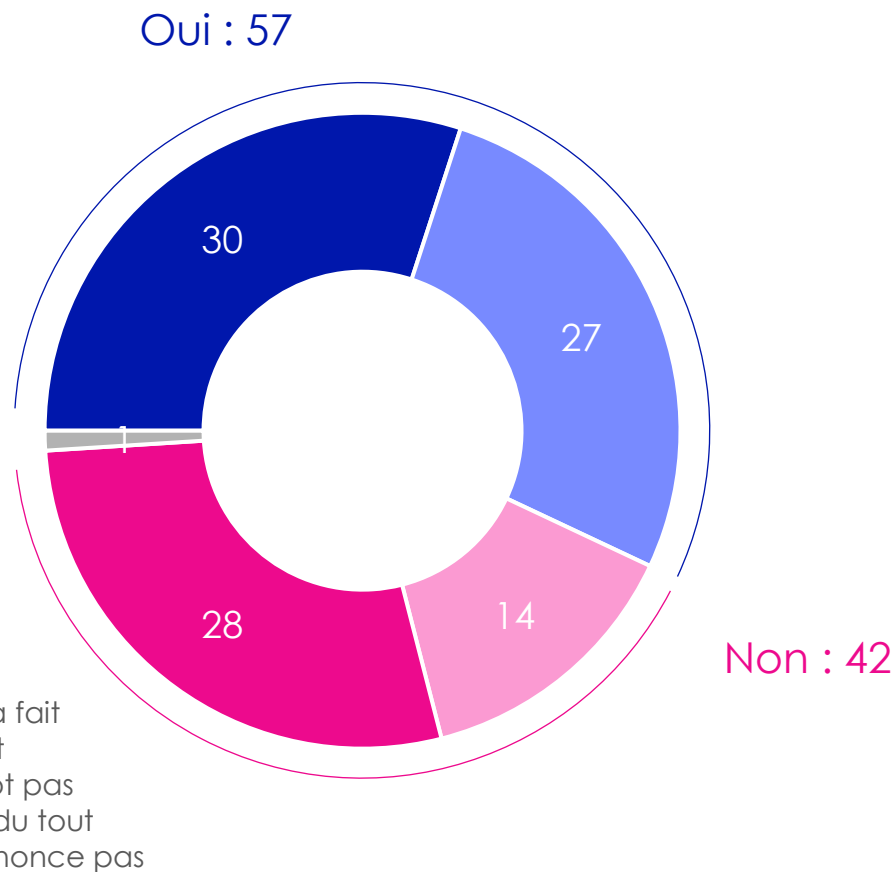
L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

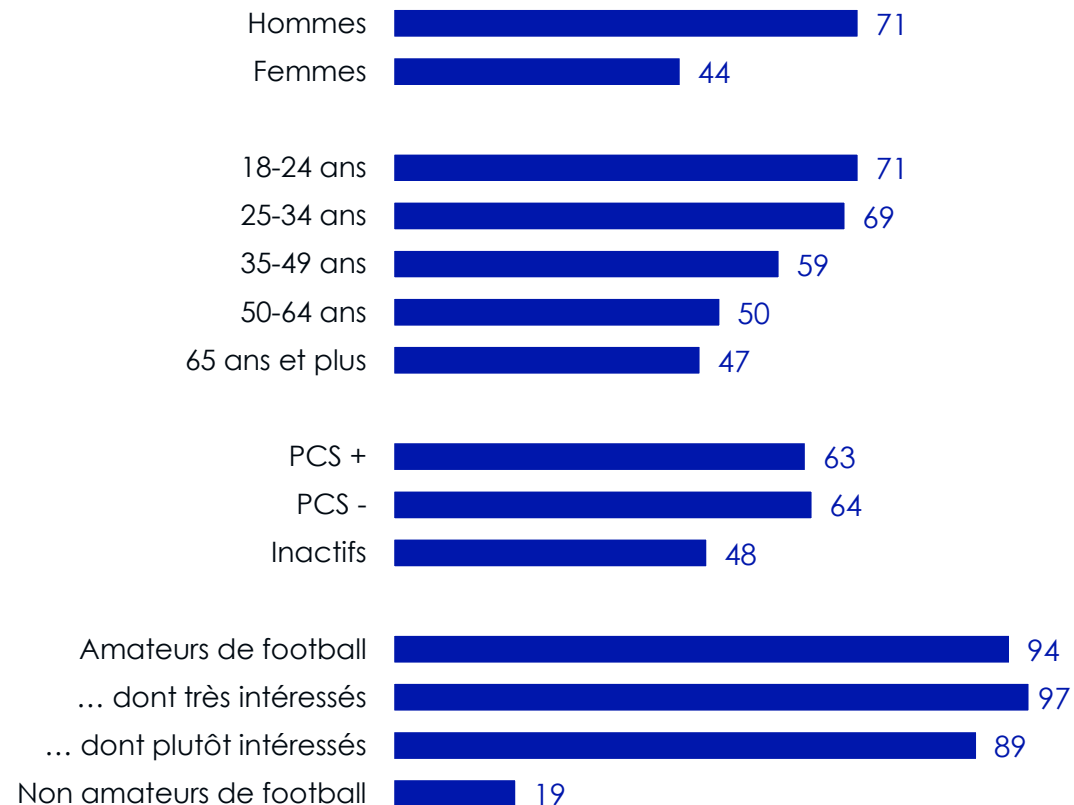
Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,8. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,2% et 11,8% (plus ou moins 1,8 points).

Intention de suivre la Coupe du monde de football

Plus de la moitié des Français affirment avoir l'intention de suivre la Coupe du monde de football 2026. Une intention exprimée plus fortement du côté des hommes et des jeunes

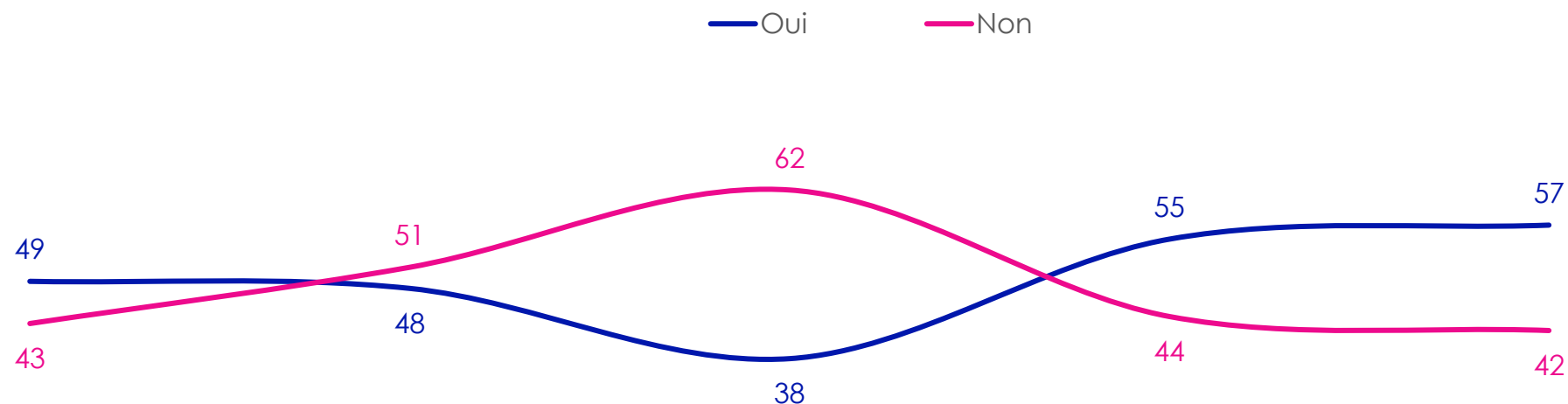


En % de Oui



Personnellement, avez-vous l'intention de suivre la coupe du monde de football qui aura lieu du 11 juin au 19 juillet aux États-Unis, au Canada et au Mexique ?
Base : A tous, en %

L'intention exprimée de suivre la Coupe du monde de football est semblable à celle mesurée en amont de l'Euro 2024



Coupe du monde 2018

Étude réalisée un mois avant le début de la Coupe du Monde 2018



Euro 2020

Étude réalisée une semaine avant le début de l'Euro 2020



Coupe du monde 2022

Étude réalisée un mois avant le début de la Coupe du Monde 2022 dans un contexte d'appels au boycott de la compétition.



Euro 2024

Étude réalisée un mois avant le début de l'Euro 2024

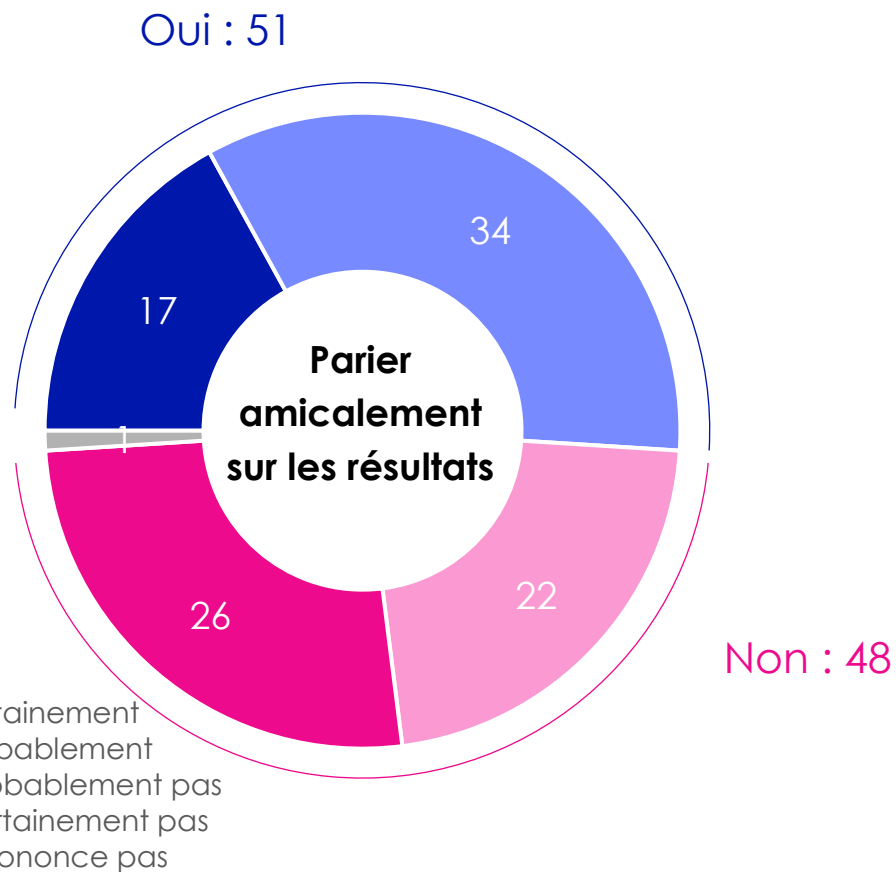


Coupe du monde 2026

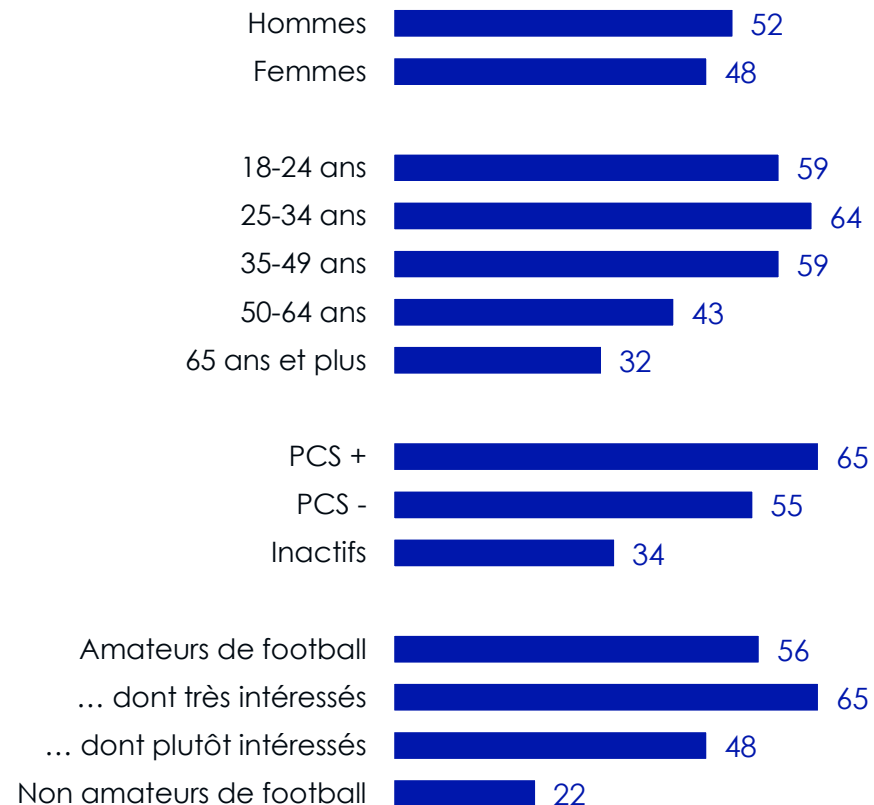
Personnellement, avez-vous l'intention de suivre la coupe du monde de football qui aura lieu du 11 juin au 19 juillet aux Etats-Unis, au Canada et au Mexique ?
 Base : A tous, en % de réponses « **Oui** » et « **Non** »

Intention de parier durant la Coupe du monde de football

Parmi les Français qui ont l'intention de suivre la Coupe du monde de football, la moitié affirment qu'ils envisagent de parier amicalement avec leurs proches sur les résultats des rencontres



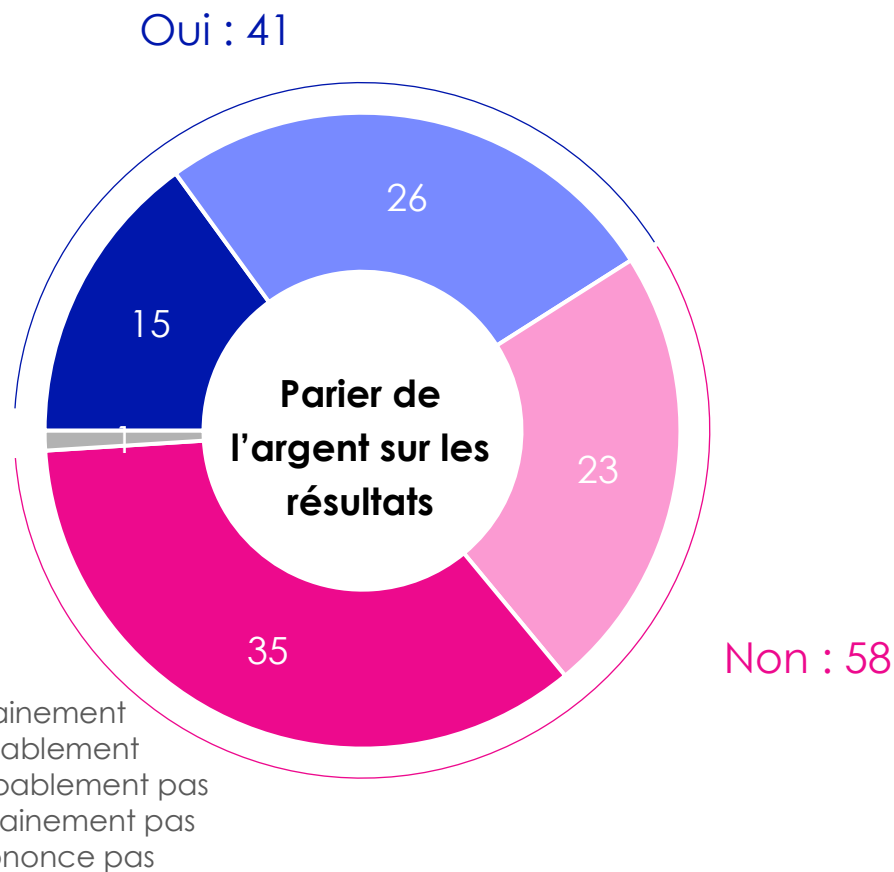
En % de Oui



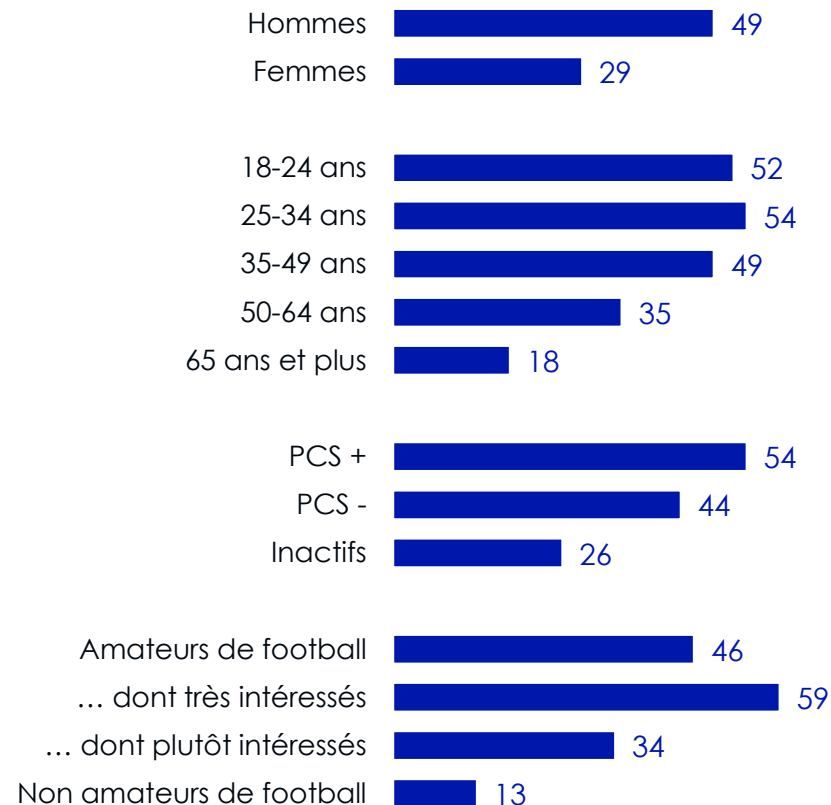
Personnellement, envisagez-vous de parier amicalement avec vos proches (amis, famille) sur les résultats des rencontres de la coupe du monde de football (mais sans parier de l'argent) ?

Base : A ceux qui ont l'intention de suivre la Coupe du monde, en %

Près de 4 Français ayant l'intention de suivre la Coupe du monde de football sur 10 affirment qu'ils envisagent de parier de l'argent sur les résultats des rencontres. Une intention partagée davantage par les hommes, les moins de 35 ans et les PCS+.



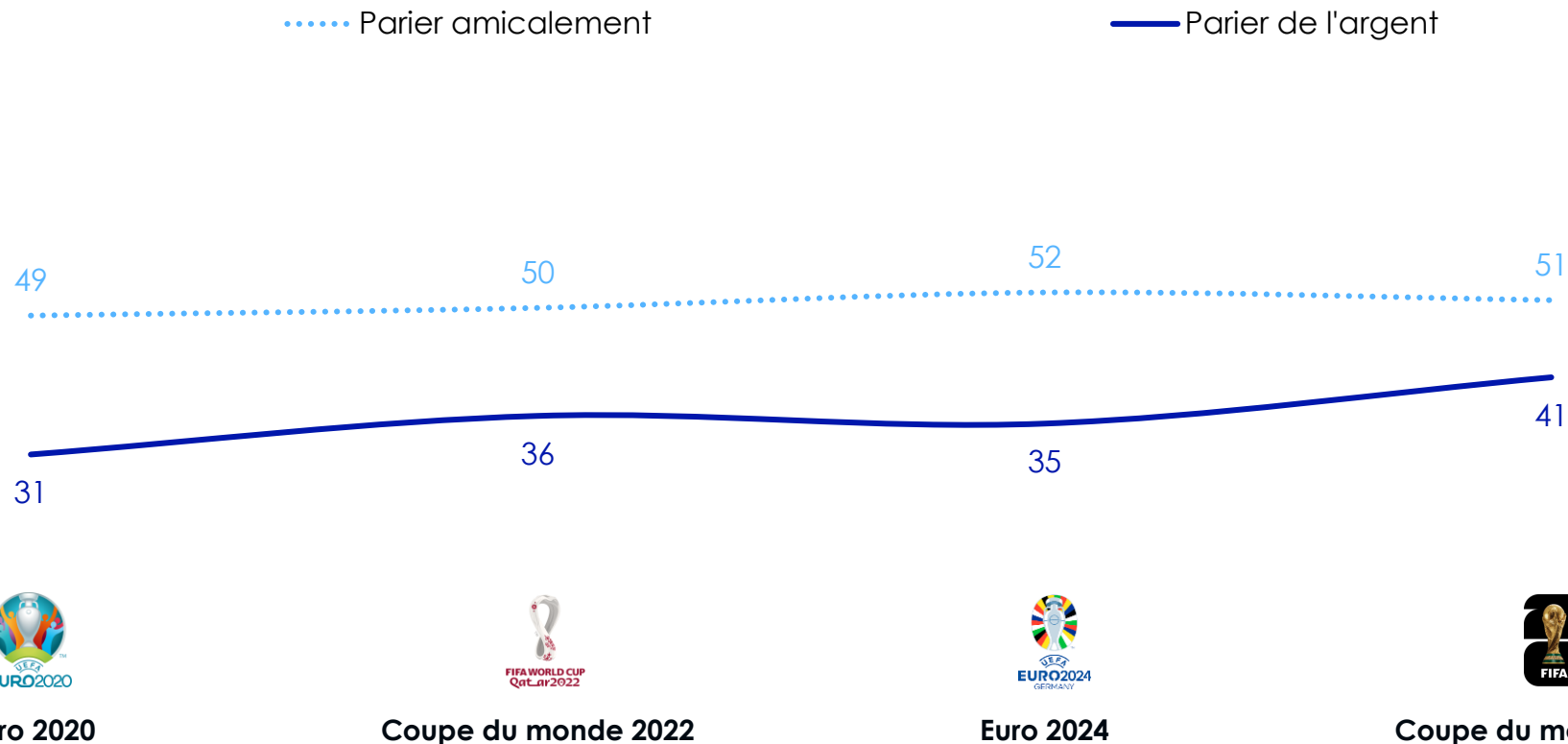
En % de Oui



Personnellement, envisagez-vous de parier de l'argent sur les résultats des rencontres de la coupe du monde de football sur des sites et applications de paris sportifs ou en points de vente ?

Base : A ceux qui ont l'intention de suivre la Coupe du monde, en %

Si l'intention de parier amicalement sur les résultats des rencontres de la Coupe du monde reste stable dans le temps, on observe une hausse du nombre de personnes qui envisagent de parier de l'argent entre les différentes compétitions.



Etude réalisée une semaine avant le début de l'Euro 2020

Etude réalisée un mois avant le début de la Coupe du Monde 2022 dans un contexte d'appels au boycott de la compétition.

Etude réalisée un mois avant le début de l'Euro 2024

Personnellement, envisagez-vous de parier amicalement avec vos proches (amis, famille) sur les résultats des rencontres de la coupe du monde de football (mais sans parier de l'argent) ? / Personnellement, envisagez-vous de parier de l'argent sur les résultats des rencontres de la coupe du monde de football sur des sites et applications de paris sportifs ou en points de vente ?

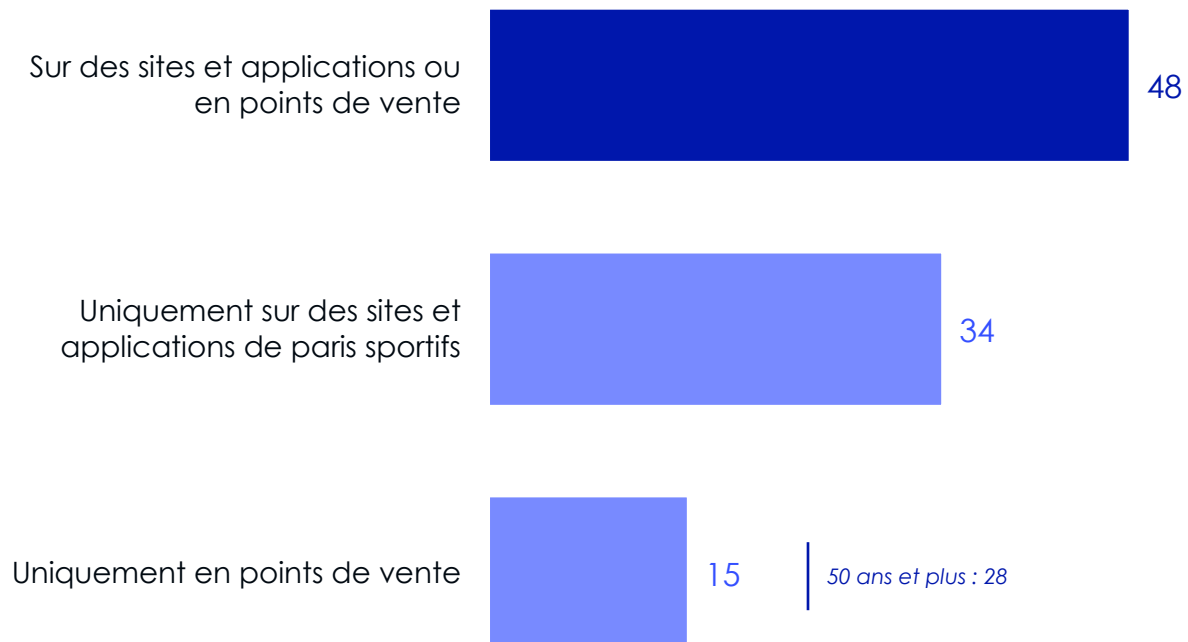
Base : A ceux qui ont l'intention de suivre la compétition concernée, en % de réponses « Oui »

De manière générale, près de la moitié de ceux qui envisagent de parier de l'argent lors de la Coupe du monde ont l'intention de le faire en points de vente ou via des applications de paris sportifs. Parier uniquement en se rendant en points de vente apparaît comme une pratique minoritaire, portée par les plus âgés.



Rappel :

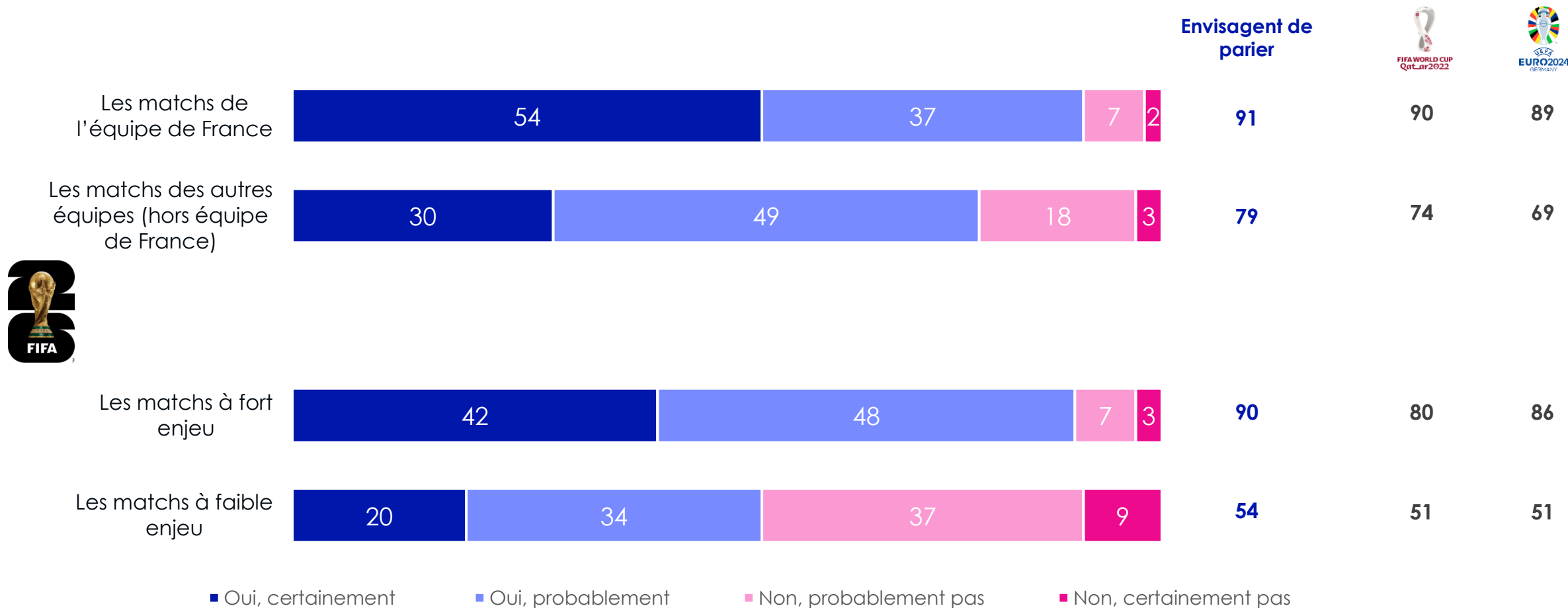
41% des Français qui ont l'intention de suivre la Coupe du monde de football envisagent de parier de l'argent sur les résultats des rencontres.



Et plus précisément, envisagez-vous de parier de l'argent sur les rencontres de la Coupe du monde de football... ?

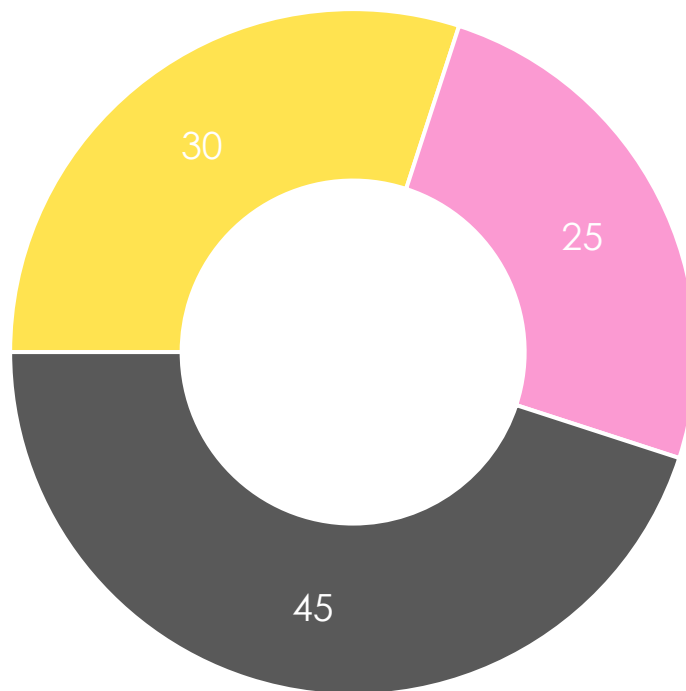
Base : À ceux qui envisagent de parier de l'argent, en % de réponses « Oui »

De façon semblable aux compétitions précédentes, les matchs de l'équipe de France et ceux à fort enjeu sont cités comme les rencontres qui regroupent le plus de parieurs potentiels



Et envisagez-vous de parier sur chacun des types de matchs suivants ?
Base : À ceux qui envisagent de parier de l'argent, en %

Par rapport aux compétitions précédentes, les Français qui envisagent de parier de l'argent sur les résultats des rencontres de la Coupe du monde sont un peu plus nombreux que les années précédentes à affirmer qu'ils dépenseront plus d'argent que par le passé.



- Vous allez parier plus d'argent
- Vous allez parier moins d'argent
- Vous allez parier ni plus ni moins d'argent

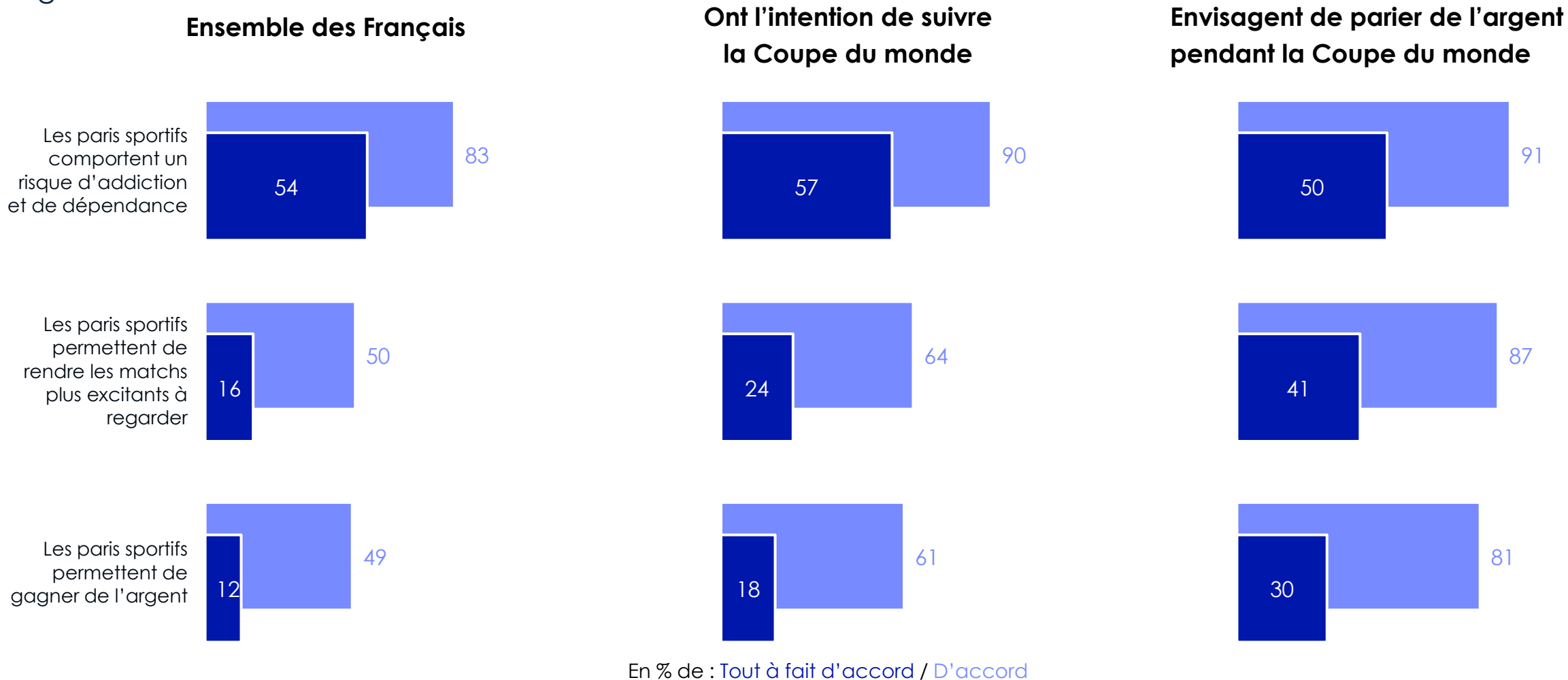
Comparatif

Coupe du Monde 2022	19	34	46
Euro de football 2024	18	21	61
Coupe du Monde 2026	30	25	45

Estimez-vous que vous allez parier plus, moins ou ni plus ni moins d'argent que lors des compétitions de football précédentes (Euro 2024 et Coupe du monde 2022) ?
Base : À ceux qui envisagent de parier de l'argent et ont déjà parié lors de compétitions précédentes, en %

Regard porté sur les paris sportifs

La perception des risques d'addiction que peuvent engendrer les paris sportifs apparaît bien restituée par les Français. Ceux qui envisagent de parier de l'argent affirment davantage que les paris sportifs accentuent l'excitation ressentie en regardant le match et permettent de gagner de l'argent.

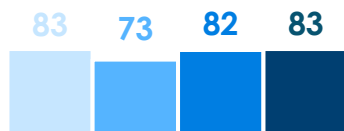


Êtes-vous d'accord ou non avec chacune des affirmations suivantes concernant les paris sportifs (parier de l'argent sur des sites et applications de paris sportifs) ?
Base : A tous, en %

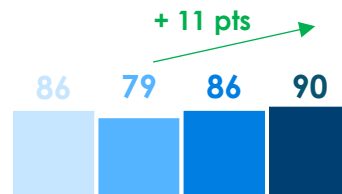
Au fil des compétitions sportives, on observe que les Français dans leur ensemble sont plus nombreux à affirmer que les paris sportifs sont un moyen de gagner de l'argent et qu'ils rendent les matchs plus excitants à regarder que la dernière Coupe du monde

Ensemble des Français

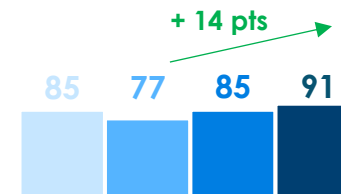
Les paris sportifs comportent un risque d'addiction et de dépendance



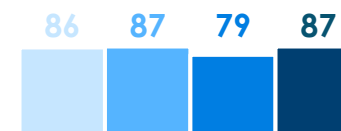
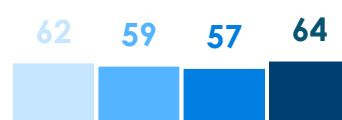
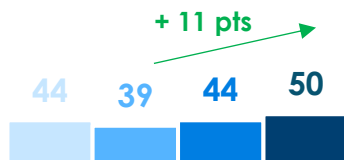
Ont l'intention de suivre la compétition concernée



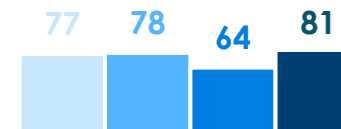
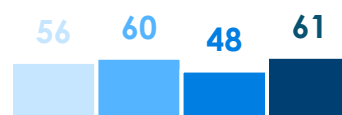
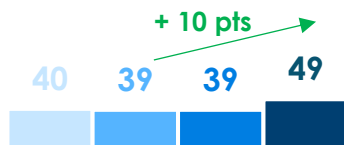
Envisagent de parier de l'argent pendant la compétition concernée



Les paris sportifs permettent de rendre les matchs plus excitants à regarder



Les paris sportifs permettent de gagner de l'argent



■ Euro 2020



■ Coupe du monde 2022



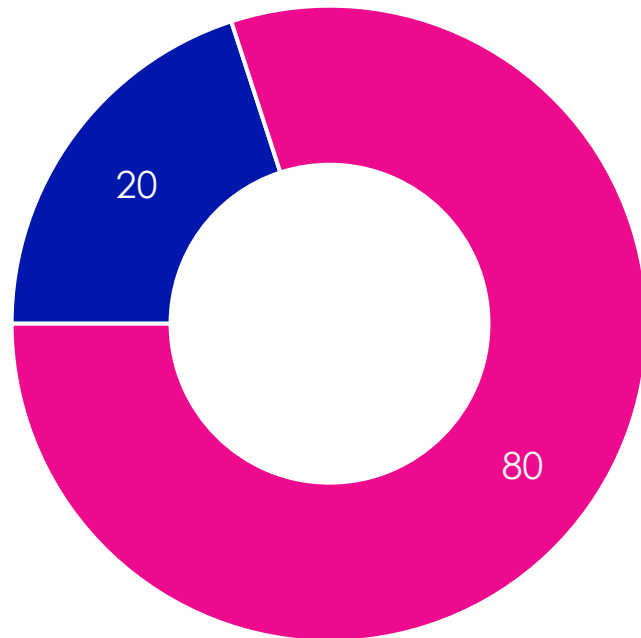
■ Euro 2024



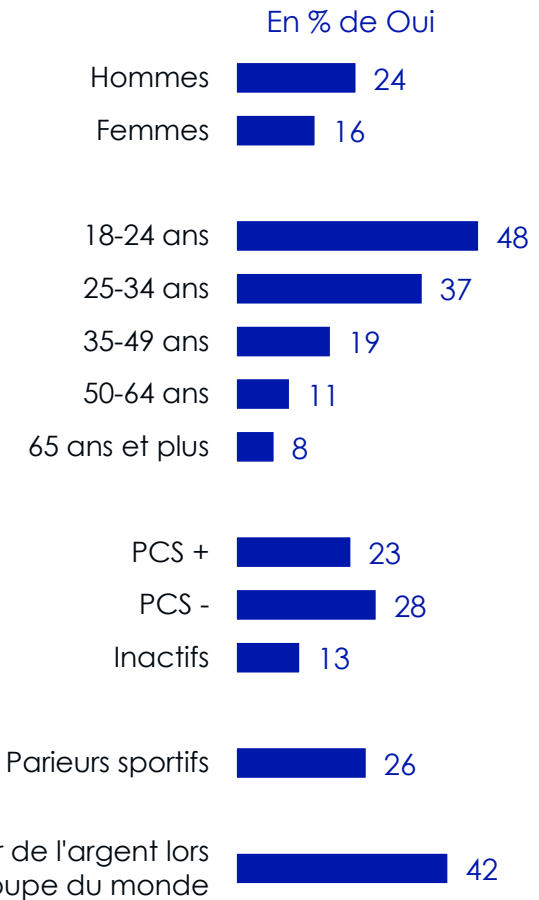
■ Coupe du monde 2026

Êtes-vous d'accord ou non avec chacune des affirmations suivantes concernant les paris sportifs (parier de l'argent sur des sites et applications de paris sportifs) ?
Base : A tous, en % de réponses « D'accord »

Près d'un Français sur cinq affirme connaître un membre de son entourage qui a déjà perdu le contrôle de son activité de jeu d'argent. Une situation davantage restituée par les plus jeunes.

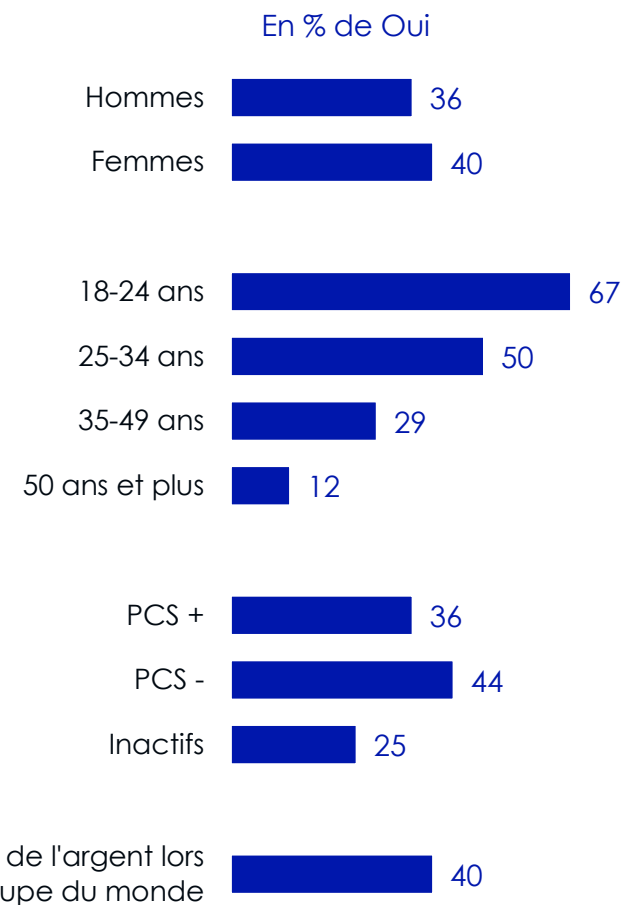
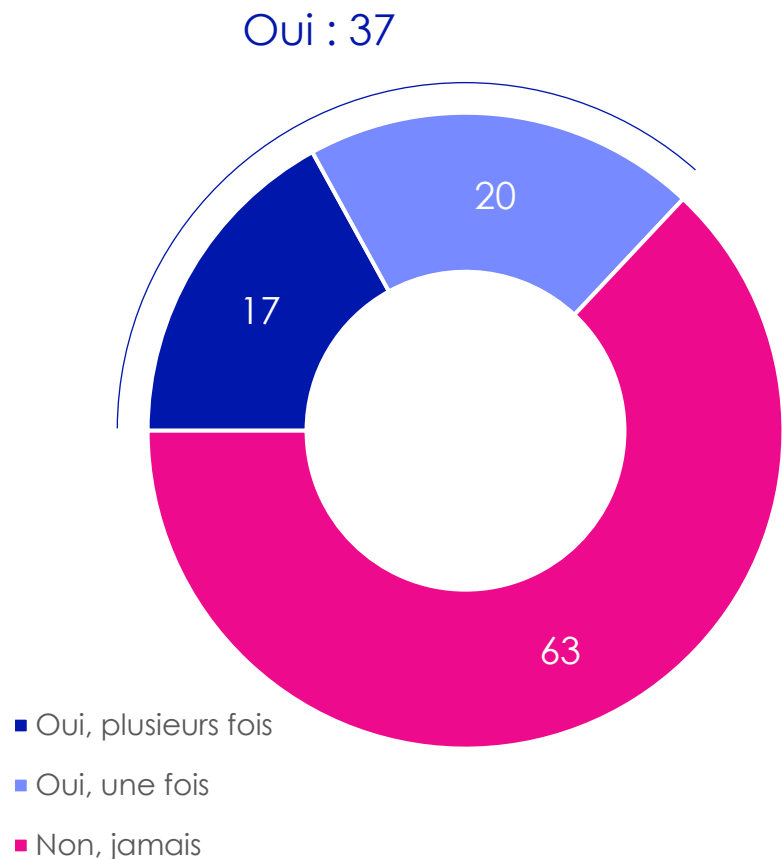


■ Oui ■ Non



Diriez-vous que vous connaissez dans votre entourage (famille, amis...) une ou plusieurs personnes qui ont perdu le contrôle de leurs activités de jeu d'argent ?
 Base : A tous, en %

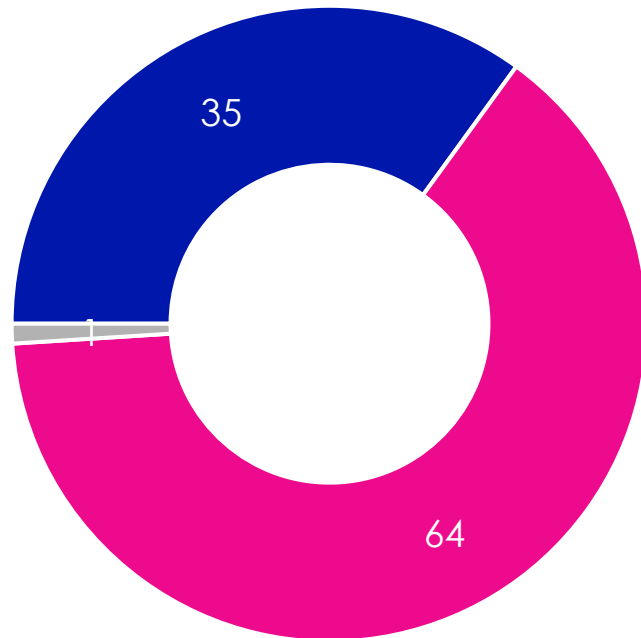
Si plus d'un tiers des Français qui ont l'habitude de parier sur des rencontres sportives affirment qu'ils ont déjà eu le sentiment de perdre leur contrôle de leur activité, ce sentiment est cité par deux tiers des moins de 25 ans



Et au cours des 12 derniers mois avez-vous, vous-même, déjà eu l'impression de perdre le contrôle de vos activités de paris sportifs ?
 Base : Aux parieurs sportifs, en %

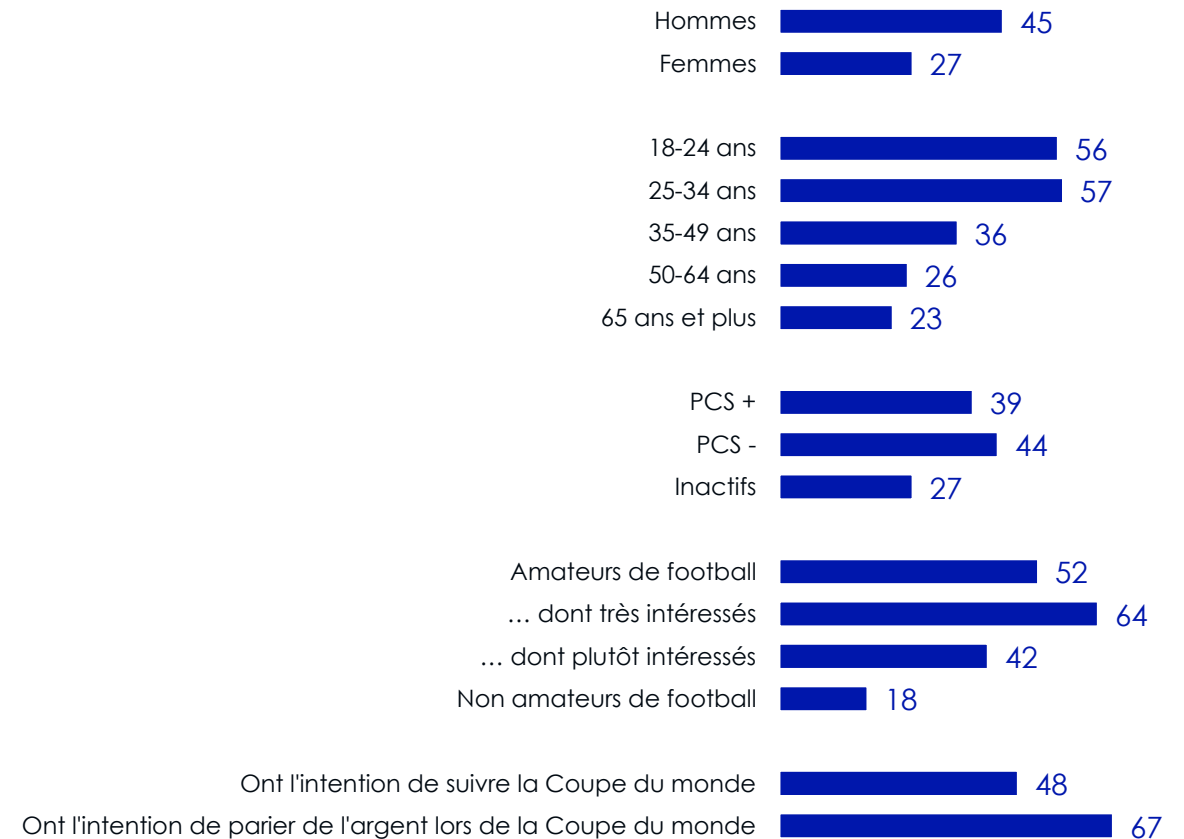
Perception des campagnes publicitaires sur les paris sportifs

Un tiers des Français affirment se souvenir d'une campagne publicitaire sur les paris sportifs, notamment les plus jeunes et les amateurs de football.



- Oui
- Non
- Ne se prononce pas

En % de Oui



Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous avoir vu, lu ou entendu une ou plusieurs campagnes publicitaires sur les paris sportifs ?
 Base : A tous, en %

De manière générale, ce sont les noms des opérateurs qui retiennent le plus l'attention des Français lorsqu'ils affirment se souvenir d'une campagne de publicité sur les paris sportifs. En mineur, les gains potentiels sont les aspects de message les mieux restitués par les Français.

« Que le plus important c'est de gagner, avec tout le monde qui fait la course pour aller sur la lune »

« Winamax, Betclic, Unibet, Parions sport »

« Très axé sur les gains et les jeunes, comme si ils jouaient pour gagner uniquement »



« Les campagnes publicitaires de Betclic et de Winamax, principalement en ligne et quelques affiches en ville »

« Il y a des bonus en ce moment, beaucoup de pub pour Winamax et bitclit »

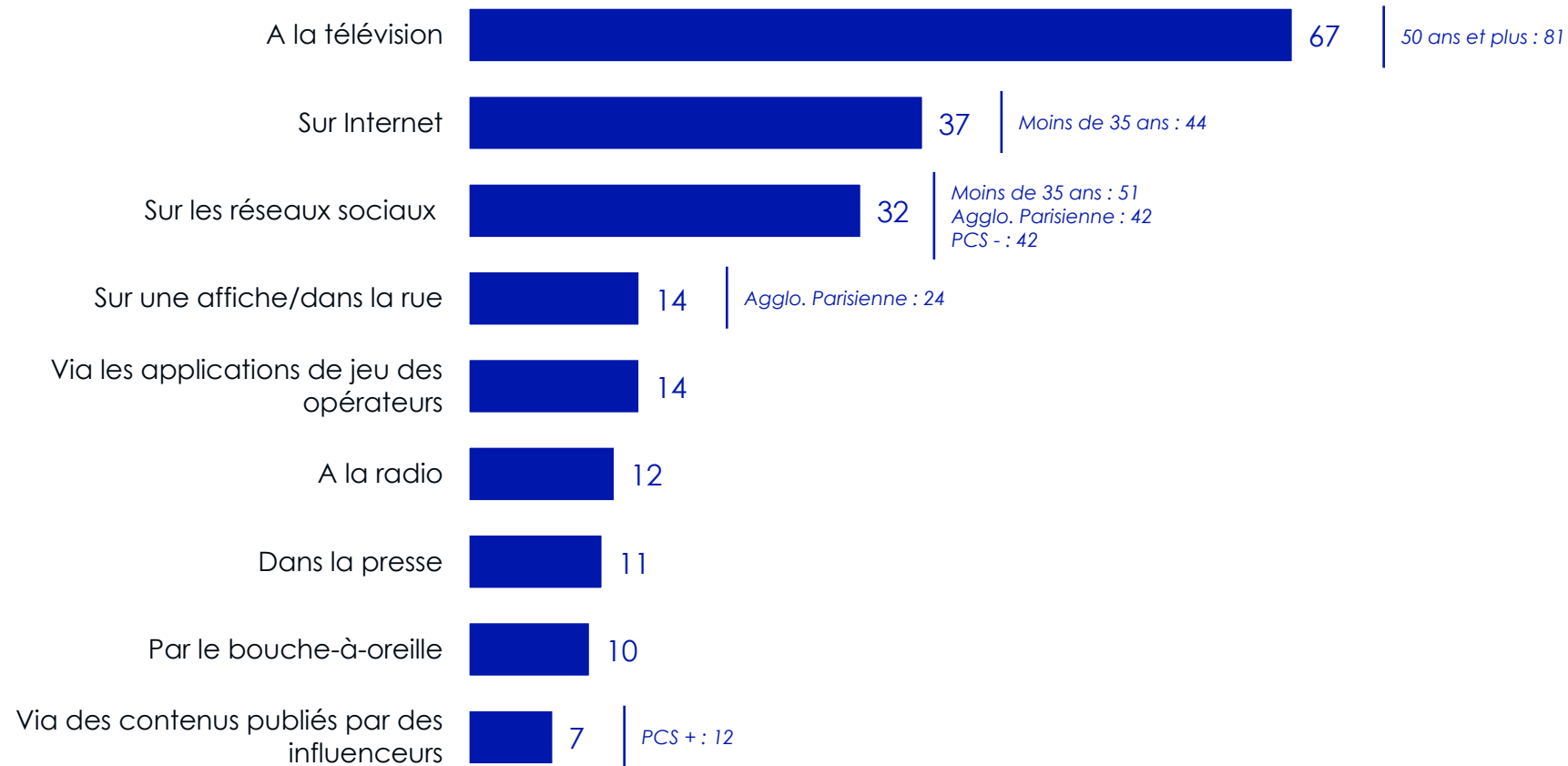
Le nuage de mots est automatiquement généré à partir de l'exhaustivité des réponses spontanées à la question ouverte.

La taille d'un mot dans le visuel représente sa fréquence d'utilisation : le mot écrit en plus gros caractères est celui qui a été le plus utilisé par les sondés dans leurs réponses. L'emplacement d'un mot au sein du nuage n'a pas de signification particulière, pas plus que sa couleur.

Quels sont tous les éléments dont vous vous souvenez à propos de cette/ces campagne(s) publicitaire(s) sur les paris sportifs ?

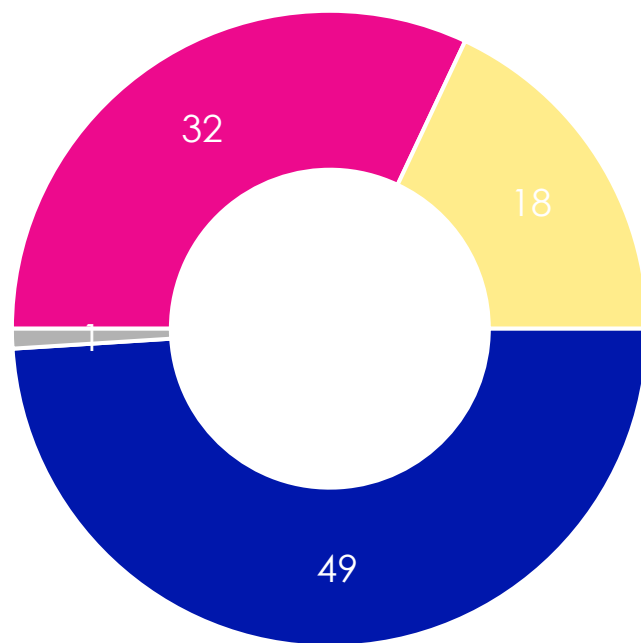
Base : A ceux qui se souviennent d'une campagne publicitaire sur les paris sportifs, en %

La télévision est citée comme le principal média à travers lequel les Français ont été exposés à une publicité sur les paris sportifs, notamment les plus âgés. Internet et les réseaux sociaux sont également cités par près d'un tiers des Français, en particulier les plus jeunes.



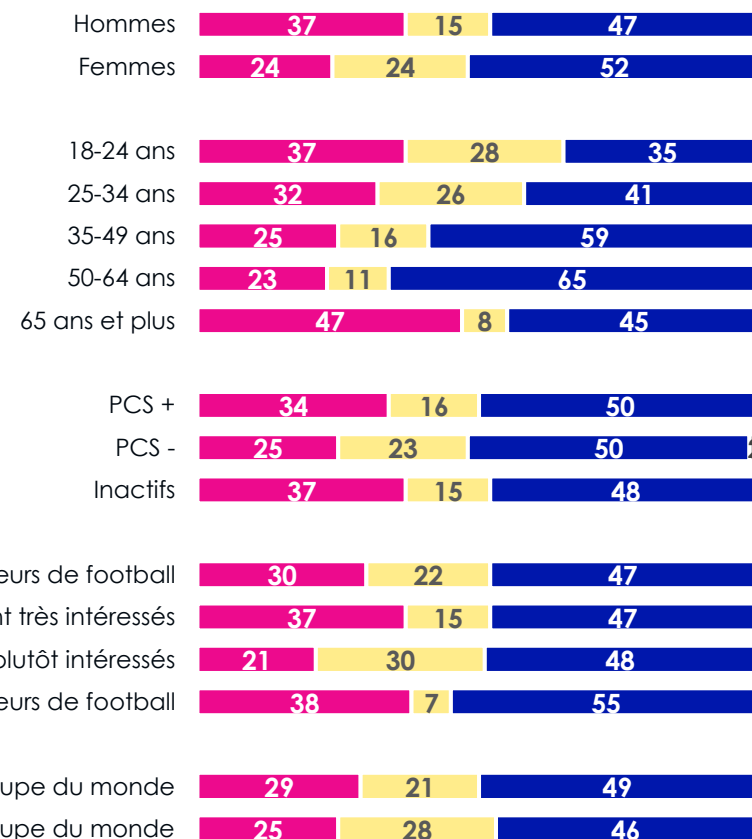
Par quel(s) moyen(s) avez-vous vu, lu, entendu parler de cette/ces campagne(s) publicitaire(s) sur les paris sportifs ?
 Base : A ceux qui se souviennent d'une campagne publicitaire sur les paris sportifs, en %

Si près de la moitié des Français qui se souviennent avoir été exposés à une publicité sur les paris sportifs estiment qu'il n'y en a ni trop, ni pas assez, près d'un tiers affirment au contraire avoir le sentiment qu'il y en a trop, en particulier chez les moins de 25 ans et les plus de 65 ans.



- Trop
- Pas assez
- Ni trop, ni pas assez
- Ne se prononce pas

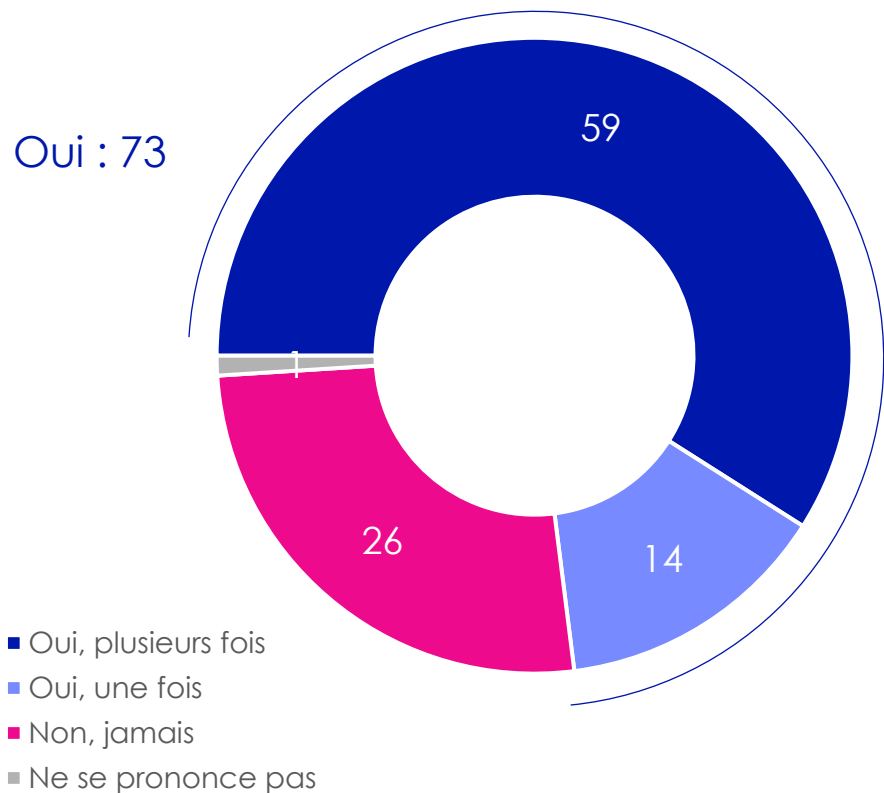
En % de : Trop / Pas assez / Ni trop, ni pas assez / Ne se prononce pas



Diriez-vous que vous voyez actuellement trop, pas assez ou ni trop ni pas assez de campagnes publicitaires sur les paris sportifs en ce moment ?
 Base : A ceux qui se souviennent d'une campagne publicitaire sur les paris sportifs, en %

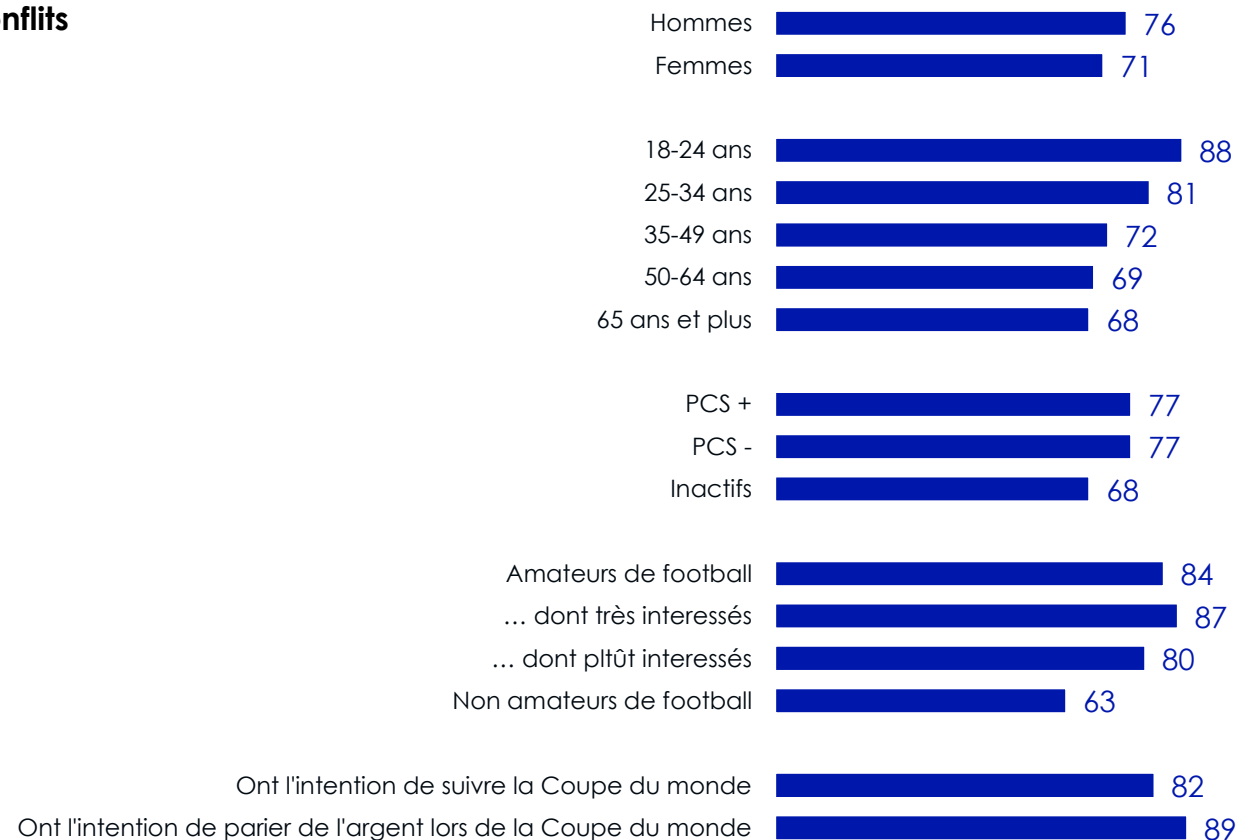
Près de 3 Français sur 4 affirment avoir déjà lu, vu ou entendu le message de prévention concernant le danger des paris sportifs et de hasard. Un sentiment d'autant plus important chez les amateurs de football et ceux qui ont l'intention de parier au cours de la prochaine Coupe du monde de football.

Sentiment d'avoir été exposé au message suivant :
« Les jeux d'argent et de hasard peuvent être dangereux : pertes d'argent, conflits familiaux, addiction... »



Avez-vous déjà lu, vu ou entendu le message suivant sur une campagne publicitaire sur les paris sportifs ?
 Base : A tous, en %

En % de Oui

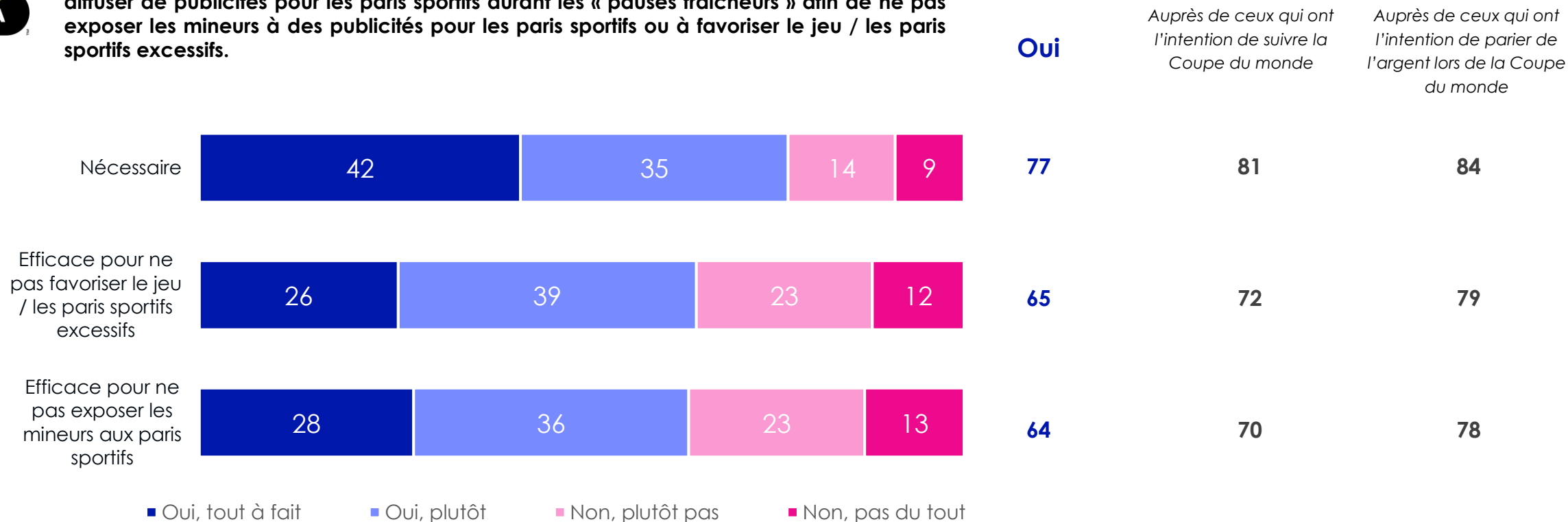


La décision de ne pas diffuser de publicités pour les paris sportifs lors des pauses fraîcheurs prévues au cours des matchs de la Coupe du monde est jugée nécessaire et efficace, tant par les Français dans leur ensemble que par ceux qui ont l'intention de parier de l'argent au cours de celle-ci



Mise à niveau présentée à l'ensemble des répondants :

Lors des matchs de la prochaine Coupe du monde de football, des « pauses fraîcheurs » de 3 minutes seront systématiquement instaurées au milieu de chaque mi-temps. À cette occasion les diffuseurs et opérateurs de jeux et paris sportifs se sont engagés à ne pas diffuser de publicités pour les paris sportifs durant les « pauses fraîcheurs » afin de ne pas exposer les mineurs à des publicités pour les paris sportifs ou à favoriser le jeu / les paris sportifs excessifs.

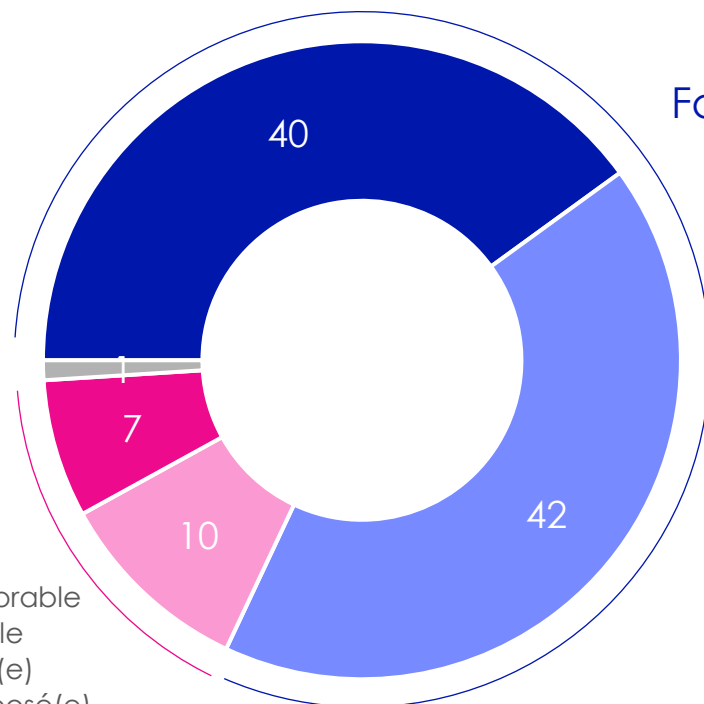


D'après vous, cet engagement de ne pas diffuser de publicités sur les paris sportifs lors des « pauses fraîcheurs » est-il... ?
 Base : À tous, en %

L'interdiction de diffuser de la publicité pour les paris sportifs juste avant, pendant et juste après une rencontre sportive est jugée de manière favorable par plus de 8 Français sur 10



Opinion concernant une mesure interdisant la diffusion de publicités pour les paris sportifs à la télévision 5 minutes avant le coup d'envoi, pendant le match et 5 minutes après la fin du match

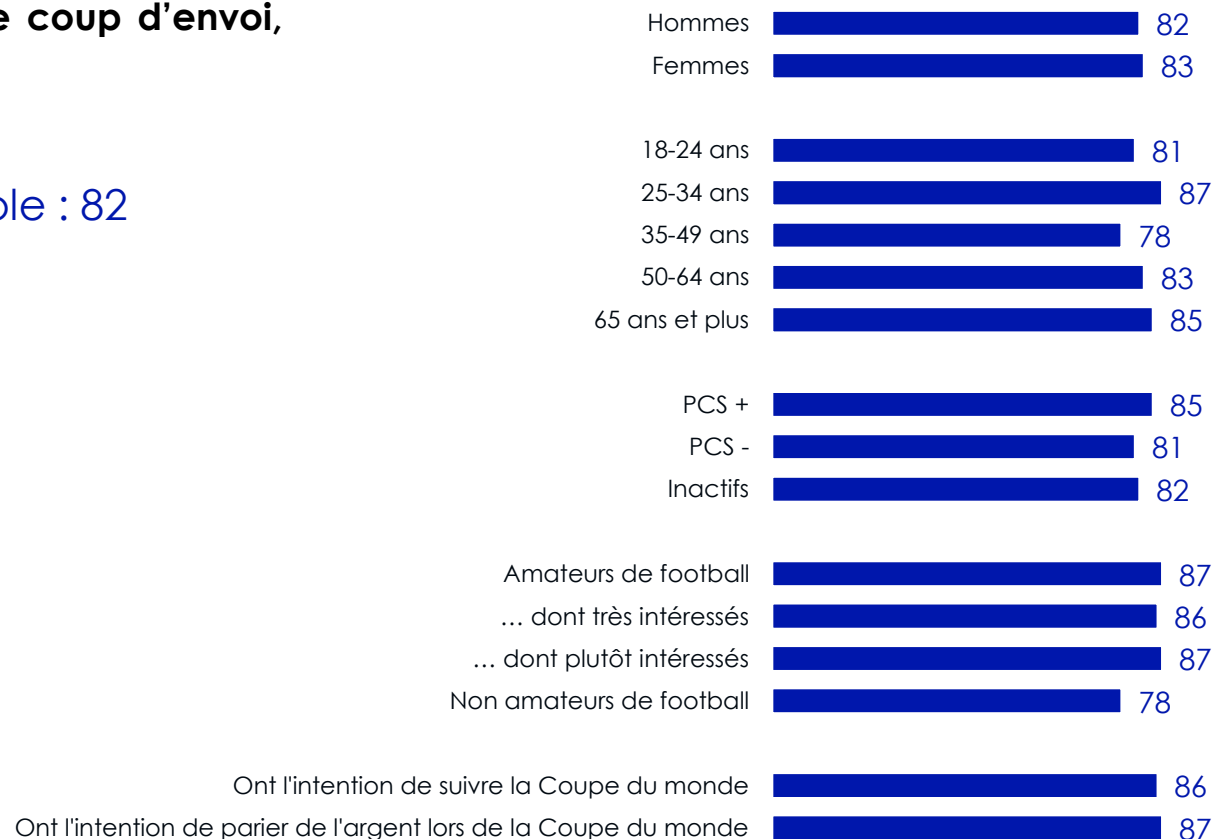


Favorable : 82

Opposé(e) : 17

- Tout à fait favorable
- Plutôt favorable
- Plutôt opposé(e)
- Tout à fait opposé(e)
- Ne se prononce pas

En % de Favorable



Lors de grands événements sportifs, seriez-vous favorable ou opposé(e) à une mesure interdisant la diffusion de publicités pour les paris sportifs à la télévision 5 minutes avant le coup d'envoi, pendant le match et 5 minutes après la fin du match afin de ne pas exposer les mineurs à des publicités pour les paris sportifs ou favoriser le jeu / les paris sportifs excessifs ?

Base : A tous, en %



Contacts Toluna – Harris Interactive en France :

Jean-Daniel Lévy

Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion

jdlevy@toluna.com

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Copyright © Toluna

All rights reserved. Nothing from this report is allowed to be multiplied, to be stored in an automated file, or to be made public electronically, mechanically, by photocopies, recording or any other manner, without written consent of Toluna.