

9 Giugno 2026 - 17:24 di Redazione Jamma

I Mondiali FIFA 2026 si preannunciano come il più grande appuntamento di scommesse sportive mai organizzato. Flutter si prepara a gestire fino a 100mila scommesse al minuto e punta a raddoppiare i volumi registrati in Qatar 2022.

Una sfida senza precedenti

L'11 giugno 2026, con il calcio d'inizio a Città del Messico, prenderà il via la più grande Coppa del Mondo mai organizzata dalla FIFA. Il torneo coinvolgerà 48 nazionali, si articolerà in 104 partite e sarà ospitato da tre Paesi. Ma non sarà soltanto un evento sportivo senza precedenti: secondo le stime di H2 Gambling Capital, genererà fino a 60 miliardi di dollari di raccolta legale a livello mondiale, diventando il più grande evento di scommesse della storia.

Per Flutter, leader globale nel settore del gioco online e delle scommesse sportive, l'appuntamento rappresenta una sfida di dimensioni straordinarie. Il gruppo prevede che circa 10 milioni di clienti, distribuiti tra tutti i suoi marchi, piazzeranno almeno una scommessa durante il torneo, mentre la raccolta complessiva dovrebbe risultare doppia rispetto a quella registrata durante i Mondiali del Qatar nel 2022.

Nei momenti di maggiore attività, la piattaforma sarà chiamata a gestire fino a 100mila scommesse al minuto, un volume superiore persino a quello registrato durante il Super Bowl.

Dublino e Melbourne come un unico trading floor

Per la maggior parte dei grandi eventi sportivi, Flutter adotta un modello operativo "follow the sun", nel quale le responsabilità passano da un team all'altro seguendo i diversi fusi orari.

Per il Mondiale 2026, invece, il gruppo ha scelto un approccio diverso. Le squadre operative di Dublino e Melbourne lavoreranno contemporaneamente per tutta la durata del torneo, gestendo le partite in diretta come un'unica struttura globale.

L'obiettivo è eliminare i passaggi di consegne tra un continente e l'altro, favorendo una maggiore continuità operativa e consentendo ai trader di condividere in tempo reale competenze, informazioni e valutazioni.

«Siamo diventati una vera organizzazione globale, capace di offrire esperienze di livello mondiale con una velocità che soltanto Flutter può garantire», spiega Alan Clarke, Chief Product and Trading Officer del gruppo.

Un solo team per quotare il calcio mondiale

«Si tratta di un momento cruciale nella storia di Flutter», afferma Karen Lockwood, Football Director per il Regno Unito e l'Irlanda.

Un team internazionale composto da circa 100 trader, distribuiti tra Dublino e Melbourne, sarà responsabile della definizione delle quote calcistiche per tutti i principali marchi del gruppo: FanDuel, Sisal, Snai, Sportsbet, Paddy Power, Betfair e Betnacional.

Grazie al lavoro simultaneo sui quattro fusi orari coinvolti dal torneo, un improvviso aumento delle puntate su Harry Kane a Londra potrà riflettersi immediatamente sulle quote visualizzate da un cliente di Sydney.

«In questo caso non conta per quale brand o divisione si lavori», sottolinea Lockwood. «Conta il gioco».

Snai e Betnacional integrate nella piattaforma globale

Una parte fondamentale della preparazione ha riguardato l'integrazione dei marchi più recenti nella piattaforma centrale di trading e gestione del rischio del gruppo.

Snai è stata migrata sul sistema all'inizio di maggio, consentendo ai clienti italiani di accedere a una gamma più ampia di mercati live e a nuovi prodotti dedicati ai Mondiali già disponibili sugli altri brand Flutter.

Anche Betnacional, acquisita in Brasile nel 2024, ha recentemente avviato la fase di test sulla stessa infrastruttura.

«Il percorso di preparazione al Mondiale è iniziato quasi un anno fa proprio con questo progetto in Brasile», spiega Clarke.

Quotare l'ignoto

Se quotare un campionato come la Premier League significa lavorare su enormi quantità di dati storici, la Coppa del Mondo presenta sfide molto diverse.

Le nazionali si affrontano raramente, le informazioni disponibili sono più limitate e il nuovo formato allargato porta sulla scena squadre che Flutter non aveva mai analizzato in precedenza, come Curaçao o Capo Verde.

Per affrontare il problema, l'azienda ha organizzato una sorta di "sorteggio mondiale interno", assegnando a trader provenienti da tutto il mondo il compito di studiare specifiche nazionali e i relativi giocatori.

Molti dipendenti hanno scelto volontariamente squadre legate alle proprie origini familiari o alle proprie conoscenze locali. Il risultato è stato la costruzione di oltre 50mila mercati dedicati ai singoli giocatori.

«L'intelligenza artificiale ci aiuta a separare i segnali utili dal rumore», spiega Malachy Rooney, Head of Football Strategy and Pricing per il Regno Unito e l'Irlanda. «Ma è l'esperienza degli specialisti che permette di portare un modello dal 97% al 100% di accuratezza».

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=353423>