

15 Aprile 2026 - 17:04 di Redazione Jamma

Soft2Bet ha reso noti i risultati del primo trimestre del 2026, evidenziati dal lancio di cinque nuovi marchi, dalla sigla di quattro sponsorizzazioni strategiche e da un'ulteriore espansione nei principali mercati internazionali. La società consolida così la propria strategia di crescita basata su sviluppo mirato e presenza territoriale.

Nel corso del trimestre, Soft2Bet ha lanciato cinque brand: Lodur in Svezia, Zinx in Romania e Betinia, Betoro e QuickCasino in Danimarca. Le nuove iniziative rispecchiano un approccio localizzato allo sviluppo, in linea con le abitudini dei giocatori e con i diversi contesti normativi dei Paesi coinvolti.

Parallelamente, l'azienda ha rafforzato la propria presenza regionale attraverso quattro accordi di sponsorizzazione. In Canada sono state avviate partnership con gli Oshawa FireWolves e con la Rock League Curling. In Romania è stata rinnovata la collaborazione con il club calcistico CFR Cluj, mentre in Danimarca la visibilità dei marchi è stata consolidata tramite la Betinia League e la CampoBet Division.

Soft2Bet ha inoltre compiuto progressi nel proprio portafoglio mercati in vista del secondo trimestre del 2026. L'azienda ha presentato una domanda di licenza in Alberta, in Canada, e sta valutando opportunità di espansione in Spagna e Portogallo, rafforzando ulteriormente la propria posizione tra Europa e Nord America.

Guardando ai prossimi mesi, la società prevede di introdurre un modulo di tornei gamificati in occasione della Coppa del Mondo FIFA. Il prodotto è progettato per aumentare il coinvolgimento degli utenti, andando oltre i formati tradizionali delle scommesse sportive grazie a meccaniche interattive.

Soft2Bet entra così nel secondo trimestre del 2026 con un orientamento chiaro verso una crescita disciplinata, lo sviluppo di nuovi prodotti e un posizionamento strategico di lungo periodo nei mercati globali.

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=350312>