

16 Giugno 2026 - 09:29 di Redazione Jamma

La Coppa del Mondo FIFA 2026 si preannuncia come un evento senza precedenti non solo dal punto di vista sportivo, ma anche per l’industria globale delle scommesse. Con 48 nazionali partecipanti, 104 partite distribuite in 39 giorni e tre Paesi ospitanti - Stati Uniti, Canada e Messico - il torneo rappresenta l’edizione più grande mai organizzata dalla FIFA. Una crescita che avrà effetti significativi anche sul mercato del betting.

Secondo le stime diffuse da Flutter Entertainment, gruppo proprietario di FanDuel, durante il torneo verranno scommessi oltre 60 miliardi di dollari a livello mondiale, una cifra che raddoppia il volume registrato ai Mondiali del Qatar del 2022. Milioni di giocatori accederanno ai mercati regolamentati e gli operatori investiranno centinaia di milioni di dollari in campagne promozionali e acquisizione clienti.

Le dimensioni del fenomeno emergono anche dai numeri condivisi dal gruppo Flutter. Durante la manifestazione circa 10 milioni di clienti effettueranno scommesse attraverso il portafoglio globale di operatori del gruppo. Sul fronte operativo, la società prevede di gestire fino a 1,5 miliardi di variazioni quotidiane delle quote e di elaborare, nei momenti di massima attività, circa 100.000 scommesse al minuto.

Tra le novità che accompagneranno il torneo spicca anche un’innovazione sviluppata originariamente in Italia da Sisal e oggi adottata da FanDuel negli Stati Uniti. Si tratta della funzione “Super Sub”, che consente agli scommettitori di mantenere attiva una giocata anche quando il calciatore selezionato viene sostituito durante la partita. In questi casi la scommessa viene automaticamente trasferita al giocatore subentrato, evitando che la puntata perda valore a causa del cambio effettuato dall’allenatore.

Nel corso dell’evento “United by the Game”, organizzato a New York, l’amministratore delegato di FanDuel Sportsbook, Karol Corcoran, ha indicato proprio il “Super Sub” come uno degli esempi più concreti della strategia di innovazione condivisa all’interno del gruppo Flutter. L’obiettivo è migliorare l’esperienza del cliente attraverso funzionalità capaci di rendere il prodotto più coinvolgente e adatto alle dinamiche del calcio moderno.

L’incontro ha visto la partecipazione anche di Karen Lockwood, responsabile delle

attività commerciali di FanDuel, e di Rich Kleiman, amministratore delegato di Boardroom. Tra i temi affrontati figurano la fidelizzazione degli utenti in un mercato sempre più competitivo, il lancio di nuove funzionalità ispirate ai social network e le sfide affrontate dai team di trading nella valutazione di nazionali che partecipano per la prima volta alla Coppa del Mondo grazie all’allargamento del torneo.

Per Flutter e FanDuel il Mondiale rappresenta un banco di prova tecnologico e commerciale di dimensioni mai viste. L’aumento del numero di squadre e di partite amplia infatti le opportunità di scommessa e aumenta il coinvolgimento degli appassionati, generando una mole di dati e transazioni senza precedenti.

L’edizione 2026 conferma così come il calcio mondiale sia ormai diventato uno dei principali motori dell’industria globale delle scommesse sportive, in un contesto in cui innovazione tecnologica, capacità di gestione dei dati e qualità dell’esperienza utente rappresentano fattori sempre più decisivi nella competizione tra operatori.

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=353807>