

22 Giugno 2026 - 17:35 di Redazione Jamma

Nuove polemiche per Polymarket, una delle piattaforme più conosciute nel settore dei prediction market. Secondo un'inchiesta pubblicata dal Wall Street Journal, la società avrebbe finanziato una rete di creator sui social media per promuovere la piattaforma attraverso video che mostravano scommesse e vincite in realtà mai avvenute.

L'indagine del quotidiano statunitense sostiene che tra dicembre 2025 e maggio 2026 siano stati pubblicati oltre 1.100 contenuti su TikTok, YouTube e Instagram, capaci di generare complessivamente più di 140 milioni di visualizzazioni. I filmati avrebbero avuto come destinatario principale il pubblico statunitense, nonostante la posizione regolatoria della società negli Stati Uniti continui a essere oggetto di discussione.

Secondo il Wall Street Journal, circa il 70% dei video esaminati mostrava apparentemente l'esecuzione di una puntata sulla piattaforma. In molti casi i creator documentavano anche presunte vincite. L'analisi del giornale conclude però che nessuna delle giocate visualizzate fosse reale. In 118 video sarebbero state mostrate vincite per quasi 900 mila dollari, mentre le stesse operazioni, se effettuate sul mercato effettivo di Polymarket, avrebbero generato perdite per oltre 166 mila dollari.

Al centro delle contestazioni vi sarebbe l'utilizzo di siti web creati appositamente per le campagne promozionali e costruiti per apparire quasi identici alla piattaforma ufficiale. Attraverso queste versioni replicate, i creator avrebbero registrato video nei quali comparivano guadagni elevati e risultati particolarmente favorevoli.

Tra gli episodi citati dal quotidiano figura quello di un influencer che avrebbe mostrato una vincita di 100 mila dollari legata a una previsione su una dichiarazione dell'allora presidente Donald Trump. Secondo il giornale, l'evento previsto non si sarebbe mai verificato e tutti gli utenti che avevano effettuato quella stessa operazione sul mercato reale avrebbero perso il denaro investito.

L'inchiesta attribuisce un ruolo centrale alla società di marketing Virality, incaricata di coordinare la rete di creator. I compensi sarebbero stati compresi tra 2.000 e 3.000 dollari al mese e, sempre secondo il Wall Street Journal, i partecipanti sarebbero stati invitati a non segnalare chiaramente l'esistenza di rapporti

commerciali con Polymarket. Alcuni avrebbero modificato i propri profili social indicando la partnership soltanto dopo l'avvio delle verifiche giornalistiche.

Le accuse arrivano in una fase particolarmente delicata per l'industria dei prediction market. Negli ultimi mesi il confronto tra operatori, autorità di vigilanza e legislatori si è intensificato attorno alla natura giuridica di questi prodotti, che consentono agli utenti di acquistare e vendere quote collegate al verificarsi di eventi futuri, dalla politica allo sport.

Negli Stati Uniti il quadro resta frammentato. Il procuratore generale del Kentucky ha recentemente avviato azioni legali contro Polymarket e Kalshi, sostenendo che entrambe le piattaforme operino come bookmaker senza le necessarie autorizzazioni statali. L'Illinois ha introdotto una tassazione specifica per i prediction market, mentre il Minnesota ha approvato una legge che ne vieta l'attività sul territorio statale. Contro tale divieto è già stato avviato un contenzioso a livello federale.

Le contestazioni sollevate dal Wall Street Journal non si limitano ai contenuti promozionali. Il quotidiano afferma inoltre che Polymarket avrebbe finanziato video dedicati all'utilizzo di informazioni privilegiate nelle attività di trading sui mercati predittivi. La società ha precisato di vietare espressamente qualsiasi utilizzo di informazioni riservate o ottenute illecitamente.

Per Polymarket si tratta del secondo caso legato alle pratiche di marketing emerso nelle ultime settimane. A inizio giugno, Politico aveva riportato l'esistenza di pagamenti effettuati a creator e influencer per promuovere quote e mercati della piattaforma sui social network senza una chiara indicazione della natura pubblicitaria dei contenuti.

La società ha respinto le accuse formulate dal Wall Street Journal, dichiarando di essere impegnata a garantire mercati accurati, equi e trasparenti. Polymarket ha inoltre annunciato una revisione completa delle attività promozionali attualmente in corso, con l'obiettivo di verificare la conformità dei contenuti diffusi attraverso partner e collaboratori.

La vicenda rischia di alimentare ulteriormente il dibattito sui prediction market, proprio mentre il settore cerca di ottenere maggiore legittimazione presso regolatori e istituzioni. Oltre agli interrogativi sulla qualificazione giuridica di questi prodotti, emergono ora questioni legate alla trasparenza delle comunicazioni

commerciali e alla rappresentazione dei potenziali guadagni per gli utenti. Temi che, da tempo, occupano un ruolo centrale anche nella regolazione del gioco e delle scommesse tradizionali.

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=354195>