

Monopoly fait son retour sur Winamax



Vincent Reynaert

Publié le 2 octobre 2025 . Lecture estimée : 2 min



Winamax réactive une promotion déjà plébiscitée autour de son format vedette Espresso : l'univers du Monopoly. En renouant avec la licence Hasbro, l'opérateur confirme une stratégie marketing qui mise sur la nostalgie, la collection et la gamification pour stimuler l'engagement de sa communauté de joueurs.

Depuis plusieurs années, Winamax a pris l'habitude de dynamiser son Espresso par des promotions événementielles. Le principe reste identique : lorsqu'une partie affiche un multiplicateur x2, une carte Monopoly est gagnée en plus du gain monétaire. Le joueur doit collectionner toutes les cartes d'une même couleur pour décrocher un bonus. Ces derniers varient d'un ticket pour un tournoi gratuit au cours duquel 25 000 euros seront à se partager, à une prime cash pouvant atteindre 100 fois le buy-in de l'Espresso joué.

Un partenariat qui capitalise sur la force de la marque

En s'associant à Hasbro, Winamax mobilise à nouveau un imaginaire collectif puissant. Le Monopoly, jeu de société culte, incarne compétition, stratégie et esprit de collection. Son retour dans l'univers du poker en ligne n'est pas un hasard : il joue sur la reconnaissance immédiate de la licence et sur la charge émotionnelle qu'elle véhicule auprès des joueurs.



Pendant 15 jours, le logiciel de Winamax affichera les couleurs de la célèbre franchise d'Hasbro.

Fidélisation et volume de jeu au cœur de la stratégie

Cette réédition n'apporte pas de révolution dans le gameplay mais elle repose sur une mécanique de gamification simple et redoutablement engageante. En incitant les joueurs à multiplier les parties pour compléter leurs collections, Winamax

stimule leur volume de jeu tout en renforçant la fidélité. L'opérateur affiche par ailleurs, comme à chaque édition, les gains déjà distribués en temps réel, créant un effet d'entraînement au sein de sa base clients.

Une opération limitée mais stratégique

[La promotion est active du 1er au 15 octobre.](#) Cette durée volontairement courte installe un sentiment d'urgence, clé de voûte des campagnes marketing du secteur. Plus qu'une nouveauté, il s'agit d'un retour attendu qui s'inscrit dans la continuité des précédentes éditions et confirme l'efficacité de ce partenariat pour animer la communauté Winamax.