

Discover, le pari de Betclïc pour la Coupe du Monde 2026



Antoine DUGAST

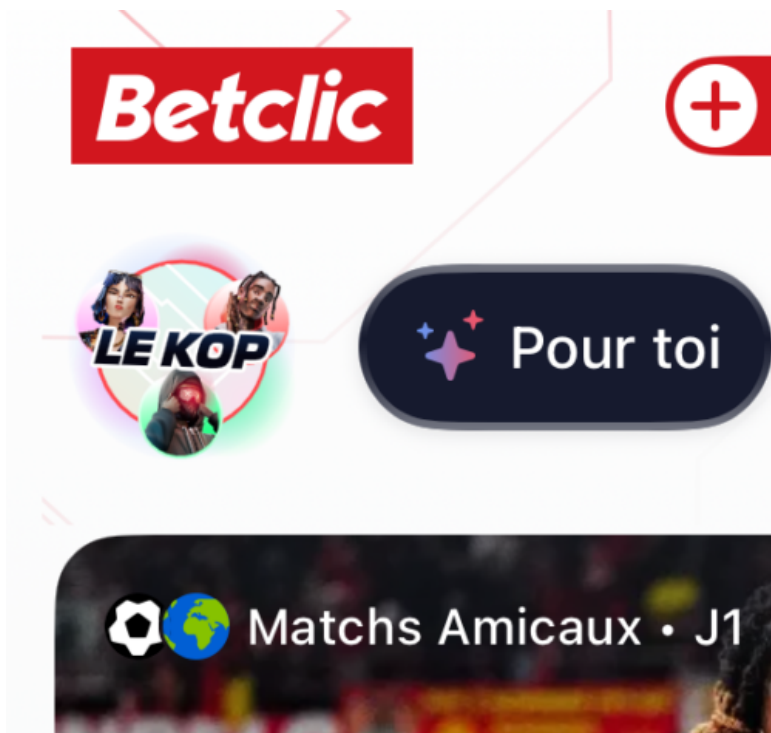
Publié le 5 juin 2026 . Lecture estimée : 5 min



Betclïc réunit ses fonctions sociales sous le nom du Kop. On y suit ses tipsters préférés, on partage ses propres paris, et on retrouve les meilleurs paris de la communauté. Le fil Discover en est la vitrine, avec un classement, "Les + copiés", qui met en avant les combinés les plus repris. Chaque parieur a sa page, identifiée par un pseudo, un avatar et un palmarès. Elle affiche son historique de résultats et toutes ses sélections sur différentes cotes. La reproduction d'un combiné se fait en un clic, sur des matchs imminents et en temps réel.

Les applications de paris sportifs se font toujours plus sociales. On y suit des parieurs, on partage ses bets, on copie les combinés des autres. [Betclïc](#) a intégré cette logique à son application repensée pour la [Coupe du Monde 2026](#). Sa fonction Discover invite à reproduire les paris les plus prisés de sa communauté. Le pari social repose sur des ressorts cognitifs bien connus. Passons-les au grill.

Le premier ressort porte un nom en psychologie sociale, la preuve sociale. Robert Cialdini en a posé le principe en 1984. Face à une situation incertaine, l'individu se fie à ce que font les autres pour décider. C'est le réflexe qui fait choisir le restaurant plein plutôt que le restaurant vide.



En cliquant sur l'onglet Le Kop de l'application Betclik, le joueur a accès aux paris proposés par le reste de la communauté.

Le pari combiné étant une décision sous forte incertitude, le terrain est idéal. Le classement « Les + copiés » transforme la popularité en signal, et l'effet de file accentue le mouvement. L'économiste Harvey Leibenstein l'a décrit en 1950 : plus un combiné est copié, plus il attire de copieurs.

L'autorité et le désir mimétique

Le profil du parieur pèse autant que le nombre. Cialdini a décrit un autre ressort, l'heuristique d'autorité : un indice de compétence légitime la source. L'avatar à un palmarès, avec son historique de paris gagnés, fonctionne alors comme une caution.

Le philosophe René Girard est allé plus loin avec le désir mimétique, formulé en 1961. Le désir passe par un modèle : on veut ce que veut un autre que l'on admire. Un enfant ignore un jouet jusqu'à ce qu'un autre le convoite, et le parieur à bon historique tient ce rôle de modèle.

Le biais du survivant

Le biais du survivant porte sur l'échantillon affiché. L'illustration de référence date de 1943. Le mathématicien Abraham Wald étudie les bombardiers qui rentrent de mission. L'armée veut renforcer les zones les plus criblées d'impacts. Wald démontre l'inverse : les avions touchés à ces endroits sont rentrés. Il faut blinder les zones intactes, car les appareils touchés là ne sont jamais revenus.

Le fil Discover affiche des combinés mis en avant et des parieurs avec un bon historique. Il ne montre pas, à volume égal, les combinés perdants ni les parieurs ruinés. L'échantillon est non représentatif, et le parieur en déduit un taux de réussite à partir des seuls cas visibles.

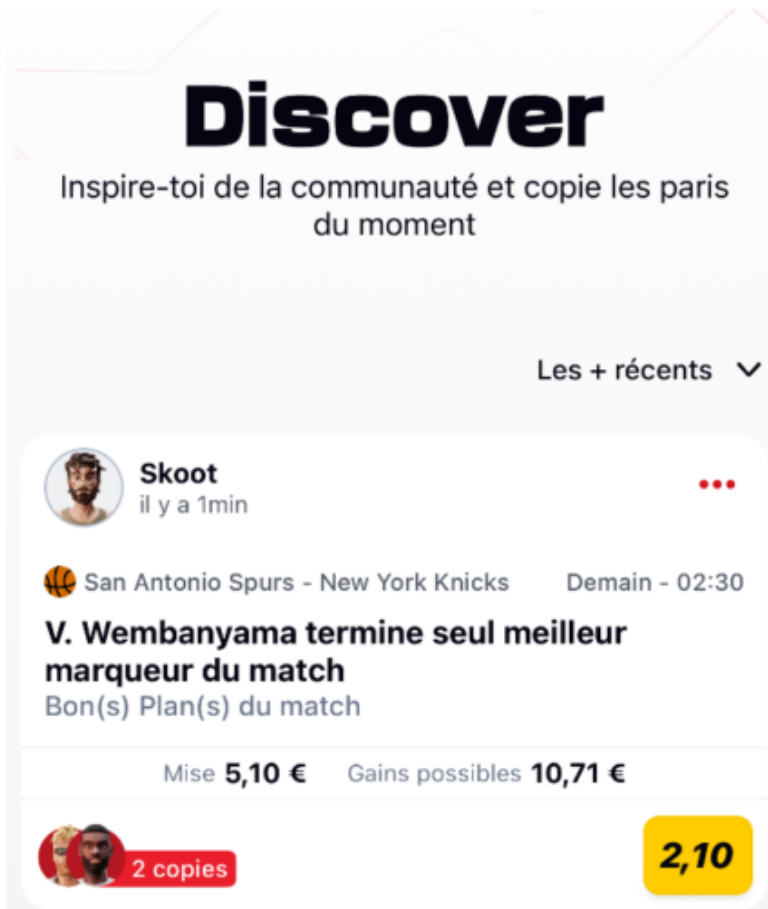
Le délestage cognitif et FOMO

Le dernier ressort tient à l'ergonomie. Copier en un clic supprime l'étape d'analyse, ce que les sciences cognitives nomment le délestage cognitif. La friction et la délibération tombent au minimum, et le parieur valide un choix déjà constitué.

Un autre ressort agit en parallèle, la peur de manquer, le FOMO. Le fil tourne en temps réel, sur des matchs imminents, et le parieur redoute de rater le bon coup que les autres jouent au même moment. Le psychologue Andrew Przybylski a posé ce concept en 2013.

Le vocabulaire, communauté et inspiration, inscrit l'acte de parier dans un registre social. Des chercheurs parlent de

banalisation du risque : le jeu sort du casino pour entrer dans la routine quotidienne ([Alexander Ross et David Nieborg, 2021](#)).



Capture d'écran application Betcltic - Feature Discover

Le pari social emprunte au commerce et à la finance

Ces ressorts dépassent le jeu d'argent. Le commerce en ligne exploite la preuve sociale depuis longtemps. Meilleures ventes, notes en étoiles, mention « les clients ont aussi acheté ceci », compteur de visiteurs en direct. Chaque dispositif dit la même chose. Les autres ont choisi, faites comme eux. Le Top 50 d'une plateforme de streaming repose sur le même réflexe.

La finance a poussé l'idée plus loin avec le copy-trading. Sur des plateformes comme eToro, l'utilisateur copie automatiquement le portefeuille des traders les mieux classés. Le pari social applique cette grammaire au combiné sportif. CopyBet ne s'en cache pas : il nomme sa fonction copy-trading sportif, par analogie directe avec la finance.

Discover, une masterclass « Product »

Le défi de mettre à disposition une nouvelle feature (fonctionnalité) complète pour la Coupe du Monde a visiblement été relevé avec brio. Ce qui peut paraître simple de l'extérieur est en réalité un processus extrêmement complexe, surtout dans une boîte tech d'envergure comme Betcltic.

- Identifier le besoin utilisateur, parfois perdu dans comme dans une infinité de rayons.
- « dé-risquer », en analysant ce qui a déjà été fait : Le format n'est pas une pure innovation : [Superbet](#) en Roumanie, et [CopyBet](#) au Royaume-Uni ont déjà prouvé le concept.
- Livrer en temps et en heure avec un objectif concret (la Coupe du Monde 2026).

- Changer le vocabulaire commun, en s'inspirant peut-être du nom même de la méthode utilisée. [Méthode product « Discovery Discipline »](#)

Le mimétisme social fait acheter, investir et désormais parier. L'efficacité de Discover s'ancre dans la nature même du parieur, c'est un être social comme les autres.