LES ENJEUX

STRATÉGIES DES OPÉRATEURS | PARIS SPORTIFS

Coupe du Monde 2026 : Betclic joue sa meilleure carte

Vincent Reynaert
Publié le 10 juin 2026 . Lecture estimée : 9 min

À quelques jours du coup d'envoi de la Coupe du Monde 2026, Betclic a ouvert les portes de ses bureaux bordelais pour dévoiler un dispositif sans précédent. Nouvelle application, streaming exclusif des 104 matchs, fonctionnalité sociale inédite en France, gestion renforcée du jeu responsable : l'opérateur bordelais entend transformer l'événement en vitrine technologique mondiale.

Quand Julien Brun, CEO de Betclic Group, prend la parole ce mardi 10 juin dans les locaux du siège bordelais, il plante d'emblée le décor : Betclic n'est pas un opérateur de paris sportifs comme les autres. C'est une entreprise de technologie qui crée du divertissement. Le terme « GameTech » revient comme un leitmotiv. Et les chiffres donnent du crédit à la posture.

En 2025, le groupe a franchi le cap de 1,6 milliard d'euros de chiffre d'affaires (l'objectif 2026 étant de dépasser les 2 milliards), se hissant au Top 3 des entreprises de Nouvelle-Aquitaine. Il compte 5,5 millions de clients actifs à l'échelle mondiale, traite 1,3 milliard de transactions par mois et emploie plus de 1 600 collaborateurs dont près de 1 000 en France et plus de 700 dédiés à la Tech, parmi lesquels plus de 150 spécialistes de l'intelligence artificielle. Des chiffres qui fixent le cadre dans lequel évolue l'actuel leader du marché français.

La philosophie affichée, « On construit tout, on n'achète rien », se traduit par des plateformes technologiques 100 % propriétaires, sur lesquelles repose l'intégralité de l'expérience utilisateur. C'est sur cette architecture maison que le leader français va s'appuyer pour traverser le pic de charge le plus exigeant de son histoire.

Un événement, trois enjeux

Pour Julien Brun, la Coupe du Monde 2026 cristallise trois défis simultanés, d'une ampleur inédite pour l'entreprise.

- **Enjeu clients : capter et fidéliser une vague d'occasionnels**
  La compétition va faire affluer un profil de clients très différent du joueur régulier : un public de supporters-parieurs, attirés par l'événement, souvent peu familiers des outils de paris sportifs. Betclic anticipe que 20 % des clients actifs pendant la compétition seront des nouveaux venus, soit environ un million de nouvelles inscriptions sur toute la durée du tournoi. Pour l'opérateur, l'enjeu est double : leur offrir une expérience suffisamment simple et engageante pour les convertir en clients durables, sans pour autant sacrifier la profondeur de l'offre destinée aux parieurs confirmés.
- **Enjeu technologique : tenir la charge**
  Un million de nouveaux clients, combinés à des pics d'activité simultanée lors des matchs à forts enjeux – notamment ceux de l'Équipe de France – représentent un stress-test majeur pour les infrastructures. La plateforme

maison de Betclic sera éprouvée dans des conditions extrêmes, d'autant que l'opérateur proposera en exclusivité le streaming de l'ensemble des matchs, ce qui décuple les volumes de données à traiter en temps réel.

- **Enjeu opérationnel : sécurité, fiabilité, protection des joueurs**
  La Coupe du Monde 2026 présente un contexte inédit : format élargi à 48 équipes et 104 matchs, décalage horaire important avec des rencontres diffusées la nuit en Europe, et intensité commerciale maximale sur toute la durée. Betclic devra maintenir la fiabilité de son service tout en renforçant ses dispositifs de protection des joueurs – une dimension sur laquelle l'opérateur insiste avec une cohérence de communication notable.

" Notre objectif est de permettre à nos joueurs de vivre la CdM comme nulle part ailleurs et c'est aussi pour cela que nous avons fait le choix d'investir dans le streaming de la compétition. On souhaite être plus perçu comme un divertissement, à l'instar d'un Netflix.

Martin Houdbine – Directeur des Opérations de Betclic "

En termes de volume business, la Coupe du Monde pèse moins de 10 % du chiffre d'affaires annuel du groupe, Betclic parle précisément de 6 % de la masse d'enjeux annuelle attendue. Un chiffre qui peut sembler modeste, mais qui représente, rapporté à une seule compétition de quelques semaines, une densité d'activité considérable. Pour l'ensemble du secteur des paris sportifs en France, le volume de mises total est estimé à environ 800 millions d'euros, voire davantage si les Bleus avancent loin dans le tournoi.

Une application repensée autour de l'événement

Ce même mardi matin, l'application Betclic s'est habillée aux couleurs de la compétition avec le lancement d'une version spéciale que l'opérateur qualifie lui-même de « super app » de la Coupe du Monde. L'ambition affichée est d'en faire la version la plus riche et la plus ambitieuse jamais réalisée par Betclic.

Au cœur du dispositif, un « World Cup Center » centralise l'ensemble des expériences dédiées à la compétition : fan zone immersive avec animations et calendrier de l'événement, missions et récompenses autour des Bleus, collectibles à débloquer, et une offre de paris enrichie avec jusqu'à 300 possibilités de paris sur les matchs des Bleus en France. Cette offre de paris se porte à 600 marchés au niveau groupe en fonction de la réglementation des pays où Betclic opère.

Parmi les autres innovations présentées, l'espace social baptisé « Le KOP » retient l'attention. Pour la première fois sur le marché français, les parieurs pourront créer un profil, suivre leurs amis, partager leurs paris et pronostics, et vivre collectivement chaque rencontre depuis l'application. Une fonctionnalité qui repositionne Betclic sur un terrain qu'aucun opérateur français n'avait jusqu'ici explicitement investi : celui de la dimension communautaire du pari sportif.

À l'occasion de cette Coupe du Monde, Betclic a encore enrichi son App pour en faire un outil incontournable pour suivre la compétition.

Le streaming : le coup de poker

C'est probablement la mesure la plus impactante du dispositif : Betclic sera le seul opérateur de paris sportifs à proposer la retransmission en direct de l'intégralité des 104 matchs de la Coupe du Monde dans son application, en France. Aux côtés de M6 et beIN Sports, les deux diffuseurs officiels de la compétition, l'opérateur bordelais aura accès au flux vidéo de l'ensemble des rencontres (sous réserve, pour le joueur, de disposer d'un compte approvisionné).

Cette exclusivité dans le secteur des paris sportifs a été rendue possible grâce à un partenariat avec Stats Perform, spécialiste des données et de la diffusion sportive. Le montant de l'accord n'a pas été communiqué. La fonctionnalité permettra aux joueurs d'accéder simultanément aux cotes en temps réel et au flux vidéo, sans quitter l'application.

L'intérêt stratégique est évident : faire de Betclic une destination complète pour le supporteur-parieur, en réduisant les frictions liées au passage d'une application à l'autre. Une logique d'écosystème fermé, directement inspirée des codes des grandes plateformes de streaming.

> *" Ce qui est reconnu par nos joueurs, c'est la simplicité, la fluidité de ce que l'on propose. C'est un enjeu sur lequel nous ne faisons pas de concession. Notre créneau reste et restera 'More Simple, More Fun'. Mais cela passe aussi par de l'évolution constante de notre offre pour qu'elle soit au service du divertissement.*
>
> *Martin Houdbine "*

Innover pour rester leader

Martin Houdbine revendique un changement de posture profond au cours des cinq dernières années. Betclic serait passé d'un suiveur attentif des tendances du marché à un acteur qui les imprime. L'opérateur cite le lancement de Super Sub et plus récemment XtraWin, comme preuves de cette capacité à créer de nouveaux marchés

Pour piloter cette innovation, Betclic s'appuie sur un processus d'AB testing permanent : une vingtaine de nouveaux produits tournent à tout moment en parallèle sur la plateforme, invisibles du grand public, et seule la moitié environ franchit le seuil de validation pour être déployée à grande échelle.

Les sources d'inspiration ne se limitent pas à l'univers des paris sportifs. Betclic scrute activement les secteurs bancaire et streaming pour s'en approprier les meilleures pratiques, que ce soit en matière de fluidité des transactions ou de personnalisation algorithmique de l'expérience.

“ On fait beaucoup de choses autour de la personnalisation de l’application. On développe des algos pour que, lorsque le joueur ouvre Betclic, il tombe sur le match et bientôt le marché qui lui correspond. Comme Netflix va pousser la série ou le film qui peut plaire à son utilisateur. On scrute également ce qui se fait dans le domaine bancaire pour être à la pointe sur la fluidité des transactions.

Martin Houdbine. ”

Jeu Responsable : un dispositif renforcé

La démesure apparente du dispositif commercial se double d’un engagement affiché sur la protection des joueurs. Betclic ne se contente pas de communiquer sur la performance : l’opérateur présente des chiffres concrets sur l’évolution de son action en matière de jeu responsable.

Entre 2024 et 2026, le nombre de comptes revus a progressé de 44 %, tandis que les interventions proactives ont été multipliées par 8 en termes de joueurs accompagnés ayant retrouvé un niveau de jeu maîtrisé. Les comptes dont l’activité a été restreinte de manière préventive ont augmenté de 85 %. Une équipe de 100 personnes est entièrement dédiée à ces missions de détection, prévention et accompagnement.

Pour la Coupe du Monde spécifiquement, Betclic a fait le choix de renoncer aux espaces publicitaires additionnels proposés lors des pauses des matchs diffusés sur M6 et beIN Sports, une démarche volontaire, au-delà des obligations réglementaires. Un black-out marketing nocturne entre 1h et 8h du matin sera également appliqué systématiquement pendant toute la compétition.

Des ambitions au-delà des frontières françaises

La Coupe du Monde 2026 a une dimension internationale particulière pour Betclic, qui est aussi partenaire officiel de la sélection portugaise, aux côtés du partenariat tricolore avec les équipes de France, actif depuis 2021. Mais l’exposition mondiale de la compétition résonne aussi avec la stratégie d’expansion africaine du groupe, présent en Côte d’Ivoire depuis plusieurs années et au Cameroun depuis début juin.

Sur la France, Betclic entend maintenir et consolider son statut de leader, une position que Martin Houdbine résume sans détour : « Nous sommes leaders partout où nous sommes présents et notre ambition est d’y rester. »

Pour la Coupe du Monde, Betclic s’est récemment donné une chance supplémentaire d’aller au bout de la compétition en devenant Partenaire Officiel également de la sélection portugaise.

Avec un million de nouveaux clients attendus, une application dans sa version la plus aboutie, et la diffusion exclusive de l'intégralité des matchs comme argument de différenciation fort, Betclic aborde cette Coupe du Monde avec l'assurance d'un opérateur qui a soigneusement préparé son coup. L'édition 2026, la première à 48 équipes de l'histoire, s'annonce comme un test grandeur nature de l'ensemble de l'architecture technologique et opérationnelle du groupe.