

Coupe du Monde 2026 : le marché explose, et Winamax prend l'avantage



Vincent Reynaert

Publié le 23 juillet 2026 . Lecture estimée : 5 min



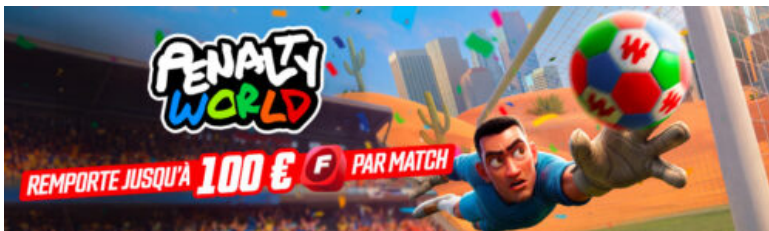
1,3 milliard d'euros de mises. 157 millions d'euros de PBJ. Le bilan que vient de publier l'ANJ acte un doublement quasi parfait des enjeux par rapport à 2022. Mais les chiffres agrégés du régulateur cachent une bataille bien plus serrée : celle des opérateurs entre eux, celle des produits qui s'imposent, et celle d'une marge sous contrôle qui laisse aux books une marge pour le second semestre.

L'ANJ ne s'en cache pas : deux moteurs distincts expliquent l'explosion des compteurs. Le premier est mécanique : 48 équipes, 104 matchs, contre 32 équipes et beaucoup moins d'occasions de parier en 2022. Le second est structurel : le marché du pari sportif en ligne carbure à deux chiffres de croissance depuis 2023, Coupe du Monde ou pas.

Ajoutez à cela un parcours des Bleus jusqu'en demi-finale, et vous obtenez un climax : la demi-finale France / Espagne du 14 juillet devient le match le plus parié depuis 2010, devant la finale France / Argentine de 2022. 63 millions d'euros misés sur un seul match. Le chiffre parle de lui-même.

Winamax passe devant Betcltic

C'est la donnée que l'ANJ ne publie jamais, et pourtant celle qui intéresse le plus le secteur . Sur cette Coupe du Monde, selon plusieurs spécialistes du secteur, Winamax aurait pris l'ascendant sur Betcltic et terminé la compétition en tête des mises collectées [malgré le lien direct entre l'opérateur bordelais et l'Equipe de France](#). Un basculement à surveiller de près : les deux opérateurs se disputent traditionnellement la première place du marché français, et un tel écart sur un événement de cette envergure n'a rien d'anodin pour le reste de la saison.



Pendant cette Coupe du Monde, les opérateurs ont rivalisé de mécanique promotionnelle pour inciter les joueurs à revenir quotidiennement. À ce petit jeu, Winamax semble avoir remporté la mise.

Cette Coupe du Monde marquait également [l'entrée de bet365 sur le marché français](#). Celle-ci ne s'est pas accompagnée de campagnes tapageuses de la part de l'opérateur britannique. Pas de déploiement marketing massif, une part de marché estimée autour de 1%, et une cible différente qui en découle : plutôt des parieurs déjà expérimentés que des néophytes venus découvrir le pari sportif à la faveur de l'événement.

Cotes boostées et Bet Builder redessinent les paris

Les paris simples sur le vainqueur du match tombent à 28% des mises, contre plus de 45% sur le reste de la saison de football. Ce n'est pas un hasard de calendrier, c'est un effet direct des opérations promotionnelles des opérateurs. Cotes boostées, Bet Builder (MyMatch, MyCombi, etc.) : les opérateurs ont poussé les joueurs vers des marchés plus fins, buteurs, scores exacts, combinés, plus engageants pour le joueur mais aussi plus rentables pour le book.

Le pari en direct, lui, recule nettement : 25% des mises contre 40% sur l'année. Les horaires tardifs de la compétition expliquent largement ce retrait, même si les matchs de l'Équipe de France se sont joués à des horaires plus familiers, 21h ou 23h, sans inverser la tendance globale.

Une marge sous les 15% mais qui profite de la fin de la compétition

[Les chiffres dévoilés par l'ANJ](#) indiquent un niveau de mises supérieur à 1,3 milliards d'euros pour un PBJ de 157 millions d'euros. En d'autres termes, le TRJ global sur la Coupe du Monde s'établit autour des 88%, plutôt généreux pour les joueurs même si l'ANJ communique sur un demi-million de joueurs ayant perdu à minima 100 euros (somme qui correspond également à l'offre maximal sur le premier pari).

Mais si la fin de la Coupe du Monde 2018 avait réduit le PBJ des opérateurs à peau de chagrin, la fin de 23e édition de la Coupe du Monde a été plus favorable aux opérateurs. Les phases à élimination directe, et leurs prolongations à répétition, jouent en faveur des books, bien plus que la phase de poules.

L'élimination des Bleus en demi-finale face à l'Espagne, sur fond de mises record, puis la défaite suivante face à l'Angleterre, ont limité l'exposition financière des opérateurs sur les tours les plus coûteux pour eux côté public français.



En s'inclinant face à l'Espagne, les Bleus ont à la fois permis aux opérateurs d'améliorer le TRJ tout en les empêchant de réaliser un très fort niveau d'enjeux sur la finale.

Résultat : une marge qui reste sous les 15% sur l'ensemble de la compétition mais qui permet tout de même aux opérateurs de garder une certaine marge de manoeuvre pour activer la base de joueurs fraîchement recrutée, 1 million de comptes ouverts pendant l'événement, sur 3,8 millions de comptes actifs au total.

Ce que l'ANJ va surveiller maintenant

Le régulateur ne s'arrête pas au bilan commercial. 471 000 joueurs ont perdu plus de 100 euros sur la compétition, contre seulement 217 000 en ayant gagné autant. Un quart des parieurs seulement termine sans perte. L'ANJ promet de suivre les effets de la compétition sur le jeu excessif dans les prochains mois.

Côté bons points, les opérateurs ont globalement respecté les plafonds de dépenses marketing annoncés et les recommandations sur les pauses fraîcheur. Côté regrets, l'ANJ déplore l'abandon du whistle-to-whistle ban en commission mixte paritaire, tout en saluant les mesures protectrices renforcées pour les 18-25 ans.