



Verso i Mondiali 2026: su Dazn le 104 partite, tre nuovi show e 16 ore di diretta al giorno

Descrizione

(Adnkronos) Dazn si prepara a raccontare ogni azione ed emozione della Coppa del Mondo Fifa 2026 con una copertura editoriale in programma sin dal mattino fino a tarda notte, che accompagnerà i tifosi per l'intera durata della competizione più prestigiosa al mondo. Un mese di grande calcio con tutte le 104 partite che saranno trasmesse solo su Dazn con commento in italiano, 104 highlights, 34 best moments, 7 goal collection, contenuti originali, show esclusivi, 16 ore live al giorno e 1000 eventi con nuove funzionalità di prodotto pensate per amplificare l'esperienza di visione e il coinvolgimento della community. Collegate dagli Stati Uniti, tre crew giornalistiche che seguiranno le sfide principali direttamente sul campo, garantendo una presenza editoriale costante. Dai luoghi simbolo della competizione, gli inviati di Dazn racconteranno le imprese delle Nazionali e il dietro le quinte del Mondiale attraverso collegamenti in diretta dai campi, contributi editoriali negli show e una copertura social continuativa, per portare in Italia ogni dettaglio dei mondiali più grandi di sempre. Sfide in diretta ma anche storie extra-campo che porteranno i tifosi a scoprire il contesto, l'identità e il battito culturale dei Paesi Ospitanti e delle Nazionali partecipanti.

Dazn ha presentato la sua programmazione dell'evento mondiale nel cuore di Milano, al Portrait, e la sua offerta per i Mondiali di calcio, i primi trasmessi interamente su una app di streaming, al via il prossimo 11 giugno. Trentanove giorni, 48 squadre, 104 partite trasmesse, di cui 69 in esclusiva. «Siamo contenti di avere Dazn a bordo, sono gli unici a coprire tre Paesi», le parole del chief business officer della Fifa, Romy Gai a proposito del fatto che Dazn trasmetterà i Mondiali oltre che in Italia anche in Spagna e Giappone. «È una tappa molto importante per noi -spiega il Ceo di Dazn Italia, Stefano Azzi-, per la prima volta la Coppa del Mondo in app. Faremo un racconto editoriale ricchissimo, dal tramonto all'alba o viceversa. Avremo con Fifa un mondo di contenuti iconici grazie a Fifa+ che sarà utilizzato al meglio, con una user experience d'avanguardia, sempre più evoluta, che consente al tifoso di interagire con le emozioni e partecipare in maniera sempre più interattiva».

«Avremo 16 ore di diretta al giorno e più di mille contenuti dedicati originali», sottolinea Michele Dalai, senior vice president della divisione Content di Dazn Italia. Quello che vogliamo è che si ricordi

questo Mondiale per come l'abbiamo raccontato noi, dalla cerimonia inaugurale fino alla finale. Noi raccontiamo anche la serie A, che è un impegno che ci porta tanta pressione, il campionato italiano è molto stressante dal punto di vista emotivo, per i tifosi perché vince uno solo, ma anche per noi. Ora arriviamo a questa manifestazione, e peccato che non possiamo dire "tiferemo tutti per la stessa squadra". Ma abbiamo immaginato questo mondiale come un viaggio con 104 partite dentro. Ci saranno in oltre tre modalità di fruizione, subito gli highlights, le voci pre e post match, e tutte le conferenze, con l'obiettivo di restare accesi tutto il giorno. Inoltre le gare saranno tutte commentate in Italiano, di giorno e di notte.

Un racconto a 360 gradi in app e che sa di vero e proprio viaggio che seguirà il sole, dall'alba al tramonto, scandito da tre nuovi live show pensati per accompagnare il pubblico in ogni momento della giornata del Mondiale su Dazn. La prima sveglia puntata dal mattino con "Wake Cup" il Morning Show live dalle 8:00 alle 8:30, condotto a rotazione, da una delle firme del giornalismo di Dazn, insieme alla squadra di commentatori della piattaforma di intrattenimento sportivo. Uno spazio di analisi e racconto che riparte dai gol e dai momenti chiave della notte appena trascorsa, con focus sulle partite principali, arricchito da interviste pre e post-match a calciatori e allenatori, lettura delle statistiche e uno sguardo ragionato agli appuntamenti della giornata in arrivo.

Nel pomeriggio, l'attenzione si sposta su "Copa Mundial" dalle 17:00 alle 19:00, il programma esclusivo che andrà on air direttamente dall'Adidas Brand Center di Corso Vittorio Emanuele a Milano. Punto di incontro fisico e mediatico, lo store diventerà, per tutta la durata del Mondiale, un hub editoriale, pop e culturale grazie alla collaborazione con Adidas. Il racconto sportivo sarà affidato ad Alessia Tarquinio, nuova talent di Dazn per i Mondiali, e al volto giornalistico Barbara Cirillo che analizzeranno i momenti cruciali della competizione insieme ad Ematoshi, imitatore, content creator e telecronista sportivo milanese: contenuti live, collegamenti dagli Stati Uniti e momenti di intrattenimento, offriranno una prospettiva ampia e contemporanea sull'evento trasmesso tutto su Dazn. Un contesto pensato per avvicinare il pubblico all'atmosfera dei Mondiali, valorizzando il dialogo tra calcio, lifestyle e community.

La giornata si chiude con "Times Square" L'ora del Mondiale il Prime Time Show di Dazn. Alla conduzione in studio, Diletta Leotta volto di punta di Dazn, che si dividerà tra Milano e gli Usa e il giornalista Marco Russo accompagnati dai talent di Dazn Massimo Ambrosini, Ciro Ferrara, Alessandro Matri, Hernanes Il Profeta, Dario Marcolin, Cristian Brocchi, Fabio Bazzani, Emanuele Giaccherini, Antonio di Gennaro e Alessandro Budel. Alle analisi tecniche delle prestazioni delle Nazionali si affiancheranno i racconti e le storie raccolte oltreoceano dagli inviati Dazn Federica Zille, Alessio De Giuseppe, Tommaso Turci e Davide Bernardi per restituire anche tutto ciò che succede fuori dal campo.

Tra i contenuti originali di Dazn, ci sarà anche "Bordocampo" in versione Mondiali. Nel corso della competizione verranno realizzate 11 puntate speciali per rivivere da vicino i match clou dalla posizione privilegiata del bordocampo, e scoprirne i lati più inediti. A fare da filo conduttore al racconto dei Mondiali su Dazn un anthem esclusivo prodotto dai DJ Merk & Kremont e cantato da grandi artisti italiani, pensato per dare il via e accompagnare i tifosi in un'esperienza calcistica più pop, costruendo attesa e immergendoli, fin dalle prime note, nel clima partita e del torneo. Per tutta la durata del Mondiale l'app Dazn sarà sempre accesa, con un flusso continuo di contenuti live e on-demand

e con nuove funzionalità tecnologiche mobile-driven pensate per accompagnare i tifosi prima, durante e dopo ogni partita. Nuove implementazioni tech che portano Dazn a essere sempre di più un ecosistema digitale integrato, capace di amplificare l'engagement e rafforzare il senso di community tra i tifosi sportivi, offrendo un'esperienza personalizzata e interattiva che intreccia contenuti e conversazione.

Un approccio innovativo che trasforma i fan da semplici spettatori a partecipanti attivi, al centro del racconto, creando momenti di connessione che vanno oltre i match live. Tra le principali novità, Dazn Stories, la nuova feature pensata per permettere ai tifosi di non perdere nessun momento chiave delle partite. Integrata direttamente in app e fruibile da mobile, la funzionalità offre clip brevi, dinamiche e interattive, organizzate in sequenze narrative come fossero delle "stories" che consentono agli utenti di rivivere in tempo quasi reale i momenti più importanti, dai gol, cartellini, sostituzioni, grandi parate e tanto altro ancora, in una modalità social e "snackable". L'esperienza tech in app su mobile per i fan si arricchisce anche con le Live Chat with the Stars pensate per avvicinare ancora di più i tifosi. Attraverso domande e risposte condivise in tempo reale, i fan che seguiranno il Mondiale potranno entrare in contatto diretto e autentico su Dazn con alcune stelle più interessanti del calcio internazionale. Un'occasione unica per scoprire il lato più personale dei giocatori in prima persona. A completare l'esperienza, MyClips, la funzionalità basata su Intelligenza Artificiale che rivoluziona il modo di vivere la passione sportiva, consentendo ai tifosi di creare il proprio video personalizzato e trasformare i momenti di gioco in highlights istantanei, rivivendo le emozioni del grande calcio in modo interattivo e "su misura".

Grande spazio anche a FanZone che ha ormai raggiunto oltre 100 milioni di utenti cumulati su Dazn nel mondo e oltre mezzo miliardo di interazioni e che verrà ulteriormente potenziata per i Mondiali, rendendo sempre più "social" l'esperienza dei tifosi su Dazn trasformando la piattaforma nel "social media dello sport". A breve, i tifosi potranno personalizzare il proprio profilo scegliendo un avatar e la propria squadra del cuore, pubblicare status, inviare reaction live personalizzate con i colori del proprio club, scoprire i profili degli altri tifosi e partecipare a sondaggi, quiz, pronostici e minigiochi, dove ogni interazione contribuisce a un'esperienza di tifo condivisa.

??

sport

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Maggio 18, 2026

Autore

redazione