

29 Giugno 2026 - 11:48 di Redazione Jamma

L'intelligenza artificiale sta trasformando rapidamente il settore delle scommesse, ma il vero elemento distintivo del futuro sarà la capacità di creare relazioni autentiche con gli utenti. È questo il messaggio che porterà Emilie Jirsch, Chief Marketing Officer di Dabble, durante il suo intervento a [iGB LIVE 2026](#), in programma il 1° luglio dalle 12.10 alle 12.30 con la presentazione intitolata *The Human Connection: How Dabble Built a Betting Community in the Digital-First Age*.

Con oltre 16 anni di esperienza tra sport, intrattenimento e gaming, Jirsch ha contribuito allo sviluppo di marchi come Stan Sport, Rugby Australia, Sportsbet e William Hill. Oggi guida le strategie di brand e marketing di Dabble in Australia, Stati Uniti e Regno Unito, con un approccio orientato alla creazione di esperienze capaci di coinvolgere il pubblico e generare senso di appartenenza.

Secondo Jirsch, il settore delle scommesse si sta avvicinando a uno scenario in cui l'intelligenza artificiale renderà sempre più semplice e veloce replicare le innovazioni dei concorrenti. Se oggi servono mesi per sviluppare nuove funzionalità, in futuro potrebbero bastare poche settimane. Di conseguenza, prodotti e mercati tenderanno a diventare sempre più simili, rendendo il brand l'unico vero elemento di differenziazione. In questo contesto, costruire una connessione umana autentica con i clienti diventerà fondamentale.

Un altro cambiamento significativo riguarda le nuove generazioni. Se per gli scommettitori con più di 30 anni la motivazione principale è tradizionalmente il guadagno economico, tra i membri della Generazione Z emerge una tendenza diversa: il principale motivo per scommettere è il divertimento e l'intrattenimento. Questo cambiamento sta spingendo gli operatori a ripensare sia l'offerta sia le strategie di marketing, puntando sempre più sull'esperienza e sul coinvolgimento della community piuttosto che sulla sola transazione.

Guardando ai temi che caratterizzeranno iGB LIVE, Jirsch riconosce che l'intelligenza artificiale sarà inevitabilmente al centro del dibattito, ma sceglierà di concentrarsi sul suo opposto, evidenziando il ruolo della connessione umana e delle comunità digitali. Tra le opportunità cita anche i prediction market, pur interrogandosi sulla loro sostenibilità nel lungo periodo.

Sul fronte delle sfide, la dirigente individua nella regolamentazione il principale

ostacolo per il settore. L'aumento dei costi di acquisizione dei clienti, una pressione fiscale crescente e normative sempre più severe stanno rendendo più difficile mantenere la redditività degli operatori autorizzati, favorendo al contempo la crescita delle piattaforme offshore. Un fenomeno già evidente in Australia, dove dal prossimo anno entreranno in vigore regole ancora più stringenti sulla pubblicità del gioco.

L'edizione 2026 di iGB LIVE si terrà l'1 e il 2 luglio e riunirà professionisti e aziende del settore per discutere le principali tendenze e le prospettive future dell'industria del gaming e delle scommesse.

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=354613>