

Galán Chillón (Octavian Lab): “Gamification e AI guideranno l’evoluzione dell’iGaming”. Focus sul mercato italiano tra scommesse, nuovi giochi e regolazione

15 Giugno 2026 - 13:28 di Redazione Jamma

Il mercato italiano dell’iGaming continuerà a evolversi nei prossimi anni puntando su gamification, personalizzazione e intelligenza artificiale. Ne è convinto **Andrés Galán Chillón**, Senior Partnership Manager di Octavian Lab, protagonista di un episodio di **Evoplay Podcast** per analizzare i principali trend che potrebbero caratterizzare il settore nel 2026.

Nel corso dell’intervista, Galán ha evidenziato alcune peculiarità che rendono l’Italia un mercato unico nel panorama europeo. Tra queste, il forte valore attribuito alle relazioni personali. “Quando partecipi agli eventi del settore in Italia hai la sensazione di essere in famiglia”, ha raccontato. “Anche nelle grandi aziende internazionali esiste ancora un rapporto molto diretto e familiare tra le persone. È una caratteristica che distingue questa industria nel Paese”. Sul fronte dei consumatori, il manager di Octavian Lab riconosce una progressiva evoluzione della base di utenti, anche se senza cambiamenti radicali. Negli ultimi anni è aumentata la partecipazione femminile, ma il mercato continua a essere prevalentemente maschile. “Probabilmente oggi ci sono più donne che giocano rispetto al passato, ma in Italia vediamo ancora una presenza maggiore di uomini”, ha spiegato, sottolineando come il settore stia comunque cercando di sviluppare contenuti in grado di intercettare pubblici sempre più diversificati.

Tra i prodotti più popolari in Italia continuano a dominare le scommesse sportive, sostenute dalla storica passione degli italiani per il calcio. Secondo Galán, però, il legame tra betting e casinò online è sempre più stretto. “Molti giocatori iniziano con le scommesse e poi si avvicinano ai giochi da casinò”, ha osservato. “Esistono prodotti che rappresentano una sorta di ponte tra questi due mondi, come i crash game, che stanno attirando particolare interesse”. Proprio i crash game e i giochi istantanei rappresentano una delle aree più osservate dagli operatori. Sebbene la loro crescita in Italia sia più lenta rispetto ad altri mercati, Galán ritiene che la tendenza sia comunque positiva. “Oggi vediamo questi giochi molto più spesso rispetto a qualche anno fa. La crescita è costante, anche se graduale. Alla fine saranno i giocatori a decidere quale sarà il loro reale peso nel mercato”, ha affermato.

Secondo il manager, un ruolo importante potrebbe essere svolto anche dalla localizzazione dei contenuti. Giochi ispirati a squadre di calcio, eventi sportivi o elementi della cultura italiana possono contribuire ad aumentare l’interesse degli

Galán Chillón (Octavian Lab): “Gamification e AI guideranno l’evoluzione dell’iGaming”. Focus sul mercato italiano tra scommesse, nuovi giochi e regolazione

utenti. “Più contenuti si mettono a disposizione dei giocatori, maggiori sono le probabilità che ciascuno trovi qualcosa che lo coinvolga”, ha spiegato.

Uno dei temi centrali dell’intervista è stato quello della gamification, considerata una delle principali leve di crescita per l’industria nei prossimi anni. Missioni, livelli, premi e percorsi personalizzati stanno diventando sempre più diffusi nelle strategie degli operatori. “La gamification offre al giocatore un percorso personale”, ha dichiarato Galán. “A differenza di tornei e classifiche, che si basano sulla competizione con altri utenti, qui il giocatore può raggiungere obiettivi e ottenere ricompense seguendo il proprio cammino”. Per il manager di Octavian Lab, questo approccio rappresenta anche un passo importante verso una maggiore personalizzazione dell’esperienza di gioco. In questo scenario si inserisce il crescente utilizzo dell’intelligenza artificiale. Secondo Galán, il valore principale dell’AI è oggi legato all’analisi dei dati e alla capacità di individuare rapidamente comportamenti e preferenze dei giocatori. “Anche disponendo di team dedicati all’analisi, è impossibile elaborare la stessa quantità di dati che può processare un sistema di intelligenza artificiale”, ha spiegato. “L’AI aiuta a ottenere una visione più completa e a comprendere meglio quali prodotti possano funzionare”.

Più prudente, invece, il giudizio sull’utilizzo dell’intelligenza artificiale per la creazione diretta di contenuti e giochi. “Siamo ancora nelle fasi iniziali”, ha osservato. “In alcuni casi gli utenti riescono ancora a percepire che un contenuto è stato generato dall’AI. Ma la tecnologia sta migliorando rapidamente e in futuro questa differenza potrebbe diventare molto meno evidente”.

L’intervista ha toccato anche il tema della regolamentazione italiana e delle nuove procedure di certificazione previste dal riordino del settore. Pur riconoscendo l’aumento della complessità operativa, Galán considera positivo il rafforzamento delle regole. “Credo che questa sia la direzione giusta”, ha affermato. “Una regolamentazione più rigorosa significa maggiore sicurezza per i giocatori e un controllo più efficace da parte delle autorità”.

Infine, il manager ha evidenziato come stia cambiando anche il ruolo delle piattaforme e degli aggregatori. In un mercato sempre più competitivo, la semplice distribuzione dei contenuti non è più sufficiente. “Oggi tutti possono integrare giochi. La vera differenza la fanno i servizi aggiuntivi e il valore che si riesce a offrire agli operatori”, ha concluso. “Per questo vediamo una crescente attenzione verso strumenti come la gamification, il marketing e tutte quelle funzionalità che possono aiutare gli operatori a distinguersi”.

Galán Chillón (Octavian Lab): “Gamification e AI guideranno l’evoluzione dell’iGaming”. Focus sul mercato italiano tra scommesse, nuovi giochi e regolazione

Un’evoluzione che, secondo Galán, accompagnerà il settore nel prossimo futuro, con un obiettivo sempre più chiaro: offrire esperienze personalizzate e coinvolgenti, sfruttando le opportunità offerte dalle nuove tecnologie senza perdere di vista le esigenze dei giocatori.

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=353777>