

**SBC Summit Malta, Grisci (HBG Online -Novomatic):  
“Cresce l’online ma il retail resta centrale:  
attenzione a regole troppo rigide che favoriscono  
l’illegale”****29 Aprile 2026 - 12:22** di *Monica Cuprifi*

---

Nel confronto internazionale andato in scena a SBC Malta, dedicato al futuro del mercato italiano del gioco online, è intervenuto anche Luca Grisci, Managing Director HBG Online del gruppo Novomatic, offrendo una prospettiva centrata sulle dinamiche competitive e sull’evoluzione della domanda.

Il suo intervento si è mosso lungo tre direttrici: mercato, prodotto e cliente. In un contesto sempre più regolato e selettivo, ha spiegato, la competizione non si gioca più solo sull’offerta, ma sulla capacità di costruire un’esperienza coerente e riconoscibile. “Il cliente oggi è molto più consapevole – è il senso del suo ragionamento – e cerca un’offerta legale che sia anche distintiva, affidabile e facilmente identificabile”.

Grisci ha sottolineato come il mercato italiano continui a mostrare segnali di crescita, ma con dinamiche che impongono un cambio di passo agli operatori. Non basta più essere presenti: serve differenziarsi, lavorare sul brand e sulla qualità dell’offerta, in un contesto in cui la pressione competitiva resta elevata, anche a fronte della riduzione del numero di operatori.

Un tema centrale è quello della canalizzazione. Secondo il manager, il sistema regolato deve essere in grado di intercettare in modo efficace la domanda, offrendo prodotti competitivi rispetto all’offerta illegale. In questo senso, la qualità dell’esperienza utente diventa decisiva, così come la capacità di innovare mantenendo standard elevati di compliance.

Nel suo intervento è emerso anche il peso crescente degli investimenti necessari per restare sul mercato. Grisci ha fatto riferimento a un impegno economico rilevante, con milioni di euro destinati allo sviluppo del business e all’adeguamento alle nuove regole. Un segnale di come il settore stia diventando sempre più capital intensive, premiando gli operatori con maggiore solidità e visione di lungo periodo.

Non sono mancate, infine, considerazioni sulle criticità operative. Tra queste, il tema dell’hosting e delle infrastrutture, che in un contesto regolato come quello italiano assumono un ruolo strategico. Eventuali inefficienze o rigidità, ha lasciato intendere, possono tradursi in ostacoli concreti alla competitività.

Luca Grisci ha approfondito ulteriormente alcuni nodi operativi che stanno

**SBC Summit Malta, Grisci (HBG Online -Novomatic):  
“Cresce l’online ma il retail resta centrale:  
attenzione a regole troppo rigide che favoriscono  
l’illegale”**

emergendo con forza nella nuova fase regolatoria, soffermandosi in particolare sul rapporto tra canali, abitudini dei consumatori e pressione competitiva.

Uno dei punti più interessanti riguarda il ruolo ancora centrale del contante e della rete fisica, anche in un contesto sempre più digitale. Secondo Grisci, una quota rilevante dei depositi online continua a passare attraverso i punti vendita: circa il 20% delle ricariche degli account avviene infatti tramite la rete retail, utilizzando cash. Un dato che racconta come il passaggio al digitale non sia lineare, ma ibrido, e che il punto vendita resti un’infrastruttura fondamentale per accompagnare il cliente.

“Dobbiamo costruire una buona esperienza di deposito per il cliente”, è il senso del suo intervento, sottolineando come la user experience non si giochi solo online, ma anche nella capacità di integrare fisico e digitale. In questo senso, la rete diventa un’estensione del canale online, più che un’alternativa.

Allo stesso tempo, Grisci ha evidenziato alcune criticità legate all’evoluzione del mercato. Il rischio, ha spiegato, è che un eccesso di restrizioni regolatorie finisca per indebolire il canale legale, rendendolo meno competitivo rispetto all’offerta non autorizzata. Un tema che si collega direttamente alla capacità del sistema di canalizzare la domanda.

Particolarmente delicato il capitolo della pubblicità. “Oggi vediamo molta comunicazione basata solo sul brand awareness”, ha osservato, facendo un parallelo con altri settori come quello delle grandi piattaforme digitali. Tuttavia, nel gioco questo approccio rischia di non essere sufficiente per acquisire nuovi clienti in modo efficace, soprattutto in un contesto dove la concorrenza - anche illegale - resta molto aggressiva.

Proprio su questo punto emerge una delle contraddizioni più evidenti del sistema. Da un lato, gli operatori regolati devono muoversi entro limiti stringenti; dall’altro, l’offerta illegale continua a essere facilmente accessibile, spesso con prodotti o condizioni che il mercato legale non può proporre. “Se un utente cerca qualcosa online, può trovare offerte che non sono disponibili presso operatori autorizzati in Italia”, è la sintesi del problema.

Il risultato, secondo Grisci, è una competizione non pienamente equilibrata, in cui il rispetto delle regole diventa un costo che non tutti sostengono. Da qui la necessità, già richiamata anche da altri relatori, di rafforzare gli strumenti di contrasto

**SBC Summit Malta, Grisci (HBG Online -Novomatic):  
“Cresce l’online ma il retail resta centrale:  
attenzione a regole troppo rigide che favoriscono  
l’illeale”**

all’illeale, ma anche di mantenere un quadro regolatorio che non penalizzi eccessivamente chi opera nel perimetro autorizzato.

Il suo intervento restituisce così l’immagine di un mercato complesso, dove innovazione, regolazione e comportamento dei consumatori si intrecciano continuamente. E dove la vera sfida, oggi, è trovare un punto di equilibrio che consenta al canale legale di restare competitivo, senza perdere in sicurezza e trasparenza.



**Fonte:** <https://www.jamma.it/?p=351198>