

15 Giugno 2026 - 08:40 di *Maurizio Brodo*

L'Italia continua a rappresentare uno dei mercati più strategici e competitivi per il settore dell'iGaming in Europa. In questo contesto, **TaDa Gaming**, provider internazionale di contenuti di gioco online, ha scelto il nostro Paese come primo punto di ingresso nel continente europeo alla fine del 2024, avviando un percorso di crescita fondato su innovazione, localizzazione dei prodotti e piena conformità normativa.

Dopo aver attirato l'attenzione degli operatori italiani con i suoi originali giochi fish-shooting, tra cui *Mega Fishing* e *Ocean King Jackpot*, l'azienda ha rafforzato ulteriormente la propria presenza grazie a un portafoglio di slot sempre più ampio e adattato alle preferenze locali, con quasi 60 titoli già certificati per il mercato italiano.

Tra questi, *Coin of Lightning* si è distinto per performance e gradimento da parte dei giocatori. Per approfondire le ragioni di questo successo e comprendere meglio la strategia di crescita di TaDa Gaming in Italia, abbiamo intervistato **Nina Cheng, Business Development Manager European Markets - Italy di TaDa Gaming**.

Quali sono gli elementi che hanno reso Coin of Lightning un successo nel mercato italiano?

“Il successo di *Coin of Lightning* nasce da una combinazione di fattori attentamente studiati per incontrare i gusti dei giocatori italiani. Abbiamo scelto un tema classico e universalmente riconoscibile, ispirato alla mitologia greca e alla figura di Zeus, integrandolo con una meccanica *Cash Collect* semplice da comprendere, jackpot chiaramente visibili e moltiplicatori particolarmente generosi.

A questo si aggiunge una volatilità media, che favorisce sessioni di gioco più lunghe e coinvolgenti, permettendo al titolo di attrarre segmenti di utenza molto diversi tra loro”.

Quanto conta oggi la retention nel mercato italiano?

“È un elemento fondamentale. Le stringenti normative italiane in materia di pubblicità impongono agli operatori di concentrarsi maggiormente sulla fidelizzazione dei giocatori già acquisiti. Di conseguenza, i titoli che riescono a

TaDa Gaming consolida la sua presenza in Italia: il successo di Coin of Lightning tra innovazione, retention e conoscenza del mercato

garantire sessioni prolungate, un elevato tasso di ritorno e un appeal trasversale alle diverse fasce di utenza offrono un valore aggiunto significativo.

In questo scenario, *Coin of Lightning* ha dimostrato di essere perfettamente allineato alle esigenze del mercato grazie a meccaniche intuitive, attivazioni frequenti delle funzionalità bonus e un'esperienza di gioco progettata in ottica mobile-first. Inoltre, la crescente notorietà del marchio TaDa Gaming come sinonimo di innovazione ha contribuito a rafforzarne l'attrattività".

Quali risultati avete registrato dopo il lancio?

"I dati raccolti confermano un doppio successo: da un lato una rapida adozione del titolo, dall'altro livelli di retention particolarmente elevati. Un dato significativo riguarda i giocatori high roller, che hanno contribuito a un incremento dell'80% del valore delle puntate nell'arco del primo mese dal lancio.

La funzionalità *Lightning Coin Collection* genera aspettativa e coinvolgimento continuo, mentre moltiplicatori dinamici, jackpot e la meccanica casuale *Lightning Coin Toss* alimentano quella sensazione di "vittoria sfiorata" che incentiva il giocatore a proseguire l'esperienza.

Allo stesso tempo, il gioco offre un accesso immediato ai giocatori occasionali senza rinunciare alla profondità richiesta dagli appassionati più esperti di slot online".

Quanto è importante l'aspetto regolamentare per operare in Italia?

"È un fattore decisivo. Gli operatori italiani apprezzano fornitori in grado di gestire in modo efficiente tutti gli aspetti legati alla compliance. Per questo motivo abbiamo investito in maniera significativa nei processi di certificazione e licenza all'interno dei mercati regolamentati, ottenendo le necessarie autorizzazioni per diverse categorie di prodotto nel mercato italiano".

Possiamo considerare Coin of Lightning un modello di successo replicabile?

"L'importante crescita del volume complessivo delle puntate era un risultato che ci aspettavamo. Le slot basate su meccaniche a moneta godono infatti di una lunga tradizione di popolarità presso il pubblico italiano, sia nel retail sia nell'online.

L'integrazione della nostra funzionalità proprietaria *Hit the Cash*™, il supporto

TaDa Gaming consolida la sua presenza in Italia: il successo di *Coin of Lightning* tra innovazione, retention e conoscenza del mercato

multilingua e multipagamento e una rete distributiva in costante espansione hanno consentito a *Coin of Lightning* di intercettare efficacemente le preferenze dei giocatori e di generare valore per gli operatori”.

Qual è oggi il ruolo di TaDa Gaming nel mercato italiano?

“Vogliamo essere percepiti come un partner di crescita e non semplicemente come un fornitore di contenuti. La nostra capacità di differenziare l’offerta e migliorare la retention rappresenta uno dei principali elementi distintivi.

Con una proposta di slot sviluppata in ottica mobile-first e pensata per raggiungere un pubblico ampio e diversificato, stiamo consolidando la nostra posizione nel mercato italiano.

In definitiva, il successo di *Coin of Lightning* riflette la nostra profonda conoscenza delle preferenze locali. Il titolo combina elementi familiari ai giocatori con una presentazione moderna e curata, riuscendo a coinvolgere sia gli appassionati storici delle slot sia i nuovi utenti provenienti dal mondo digitale. È la dimostrazione che contenuti progettati e localizzati con attenzione continuano a essere la chiave per generare engagement e fidelizzazione in un mercato maturo ed esigente come quello italiano”.

Per maggiori informazioni visitare il sito di [TaDa Gaming](https://www.tadagaming.com) o scrivere a marketing@tadagaming.com.

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=353681>