

**24 Giugno 2026 - 16:11** di *Giacomo Scorsi*

---

Con la progressiva maturazione dell'industria del gaming nell'Europa orientale e nell'Asia centrale, il dibattito si sta spostando dall'ingresso nei mercati e dall'espansione rapida alla costruzione di modelli di business sostenibili e capaci di garantire successo nel lungo periodo.

[SBC Summit Tbilisi](#), organizzato in collaborazione con SMH, riunirà 2.500 professionisti del settore per analizzare le sfide e le opportunità che caratterizzano questa nuova fase di crescita. Al centro dell'attenzione ci saranno temi come la ricerca dei talenti, il coinvolgimento dei giocatori, le strategie di leadership, le partnership con gli affiliati e l'evoluzione normativa.

Oggi, costruire un'azienda di successo nel settore del gaming richiede molto più dell'ottenimento di una licenza e dell'acquisizione di clienti. Le sessioni approfondiranno le modalità con cui le imprese possono attrarre e sviluppare professionisti in un mercato del lavoro sempre più competitivo, adattarsi alle nuove aspettative dei giocatori e creare relazioni solide e trasparenti tra operatori e affiliati.

Un ruolo centrale sarà riservato alle strategie di leadership. Diversi panel analizzeranno il modo in cui i dirigenti gestiscono gli obiettivi di crescita in un contesto caratterizzato da una crescente pressione regolatoria, come gli operatori possono trasformare l'interesse generato da grandi eventi sportivi in fidelizzazione a lungo termine e come le organizzazioni sportive stiano evolvendo verso modelli di intrattenimento globali.

**Rasmus Sojmark**, CEO e fondatore di SBC, ha sottolineato come il settore stia entrando in una nuova fase: «La conversazione si sta spostando dalla sola crescita alla costruzione di aziende capaci di avere successo nel lungo periodo. Questo programma riunisce leader che hanno già raggiunto risultati duraturi nella regione per condividere esperienze e prospettive future».

Anche **Lasha Machavariani**, fondatore di SMH, ha evidenziato l'importanza dei fattori chiave per il successo regionale: «Il successo a lungo termine in questa area dipende dalla qualità dei talenti, dalle partnership giuste e dalla comprensione delle reali esigenze dei giocatori. Sono questi i temi attorno ai quali è stato costruito il programma del secondo giorno».

Tra gli appuntamenti principali figura il panel “The Talent War in iGaming: Attracting Newcomers, Developing Professionals, and Retaining Key Industry Players”, dedicato alle strategie per attrarre nuovi professionisti, formare futuri leader e trattenere le figure chiave in un settore in rapida espansione.

Successivamente l’attenzione si sposterà sull’evoluzione delle aspettative dei consumatori durante la sessione “The Next Betting Consumer”. Gli esperti discuteranno il crescente peso della personalizzazione, l’importanza dei valori del marchio e degli standard etici nelle scelte dei giocatori e le strategie che le aziende possono adottare per rispondere a queste nuove esigenze.

Il programma prevede inoltre un approfondimento sul marketing affiliato attraverso due panel dedicati. Il primo, “The Operator – Affiliate Compact”, analizzerà come costruire relazioni trasparenti e basate sulla fiducia tra operatori e affiliati. Il secondo, “The Evolution of the Affiliate Manager: From Link Pusher to Trusted Consultant”, esplorerà l’impatto dell’intelligenza artificiale, dell’automazione e dell’analisi predittiva sull’evoluzione del ruolo degli affiliate manager.

Grazie ai forti legami di SMH con il mondo dello sport, il summit ospiterà anche due sessioni dedicate all’intersezione tra sport e iGaming. “Game Time: How Operators Prepare and Perform at the World Cup” esaminerà come sfruttare eventi di grande richiamo come i Mondiali per sviluppare strategie di marketing e fidelizzazione efficaci. “From Clubs to Entertainment Brands: The New Business Model of Modern Sports” approfondirà invece il modo in cui le organizzazioni sportive stanno creando nuove fonti di ricavo attraverso partnership commerciali, comunità di tifosi e contenuti digitali.

Nel corso della seconda giornata sarà attivo anche il Regulators Forum, uno spazio dedicato al dialogo diretto tra delegati e autorità di regolamentazione provenienti da diverse giurisdizioni dell’Europa orientale e dell’Asia centrale. L’edizione di quest’anno raddoppia le proprie dimensioni, offrendo una piattaforma ancora più ampia per il confronto normativo, la condivisione delle conoscenze e la collaborazione transfrontaliera.

[SBC Summit Tbilisi](#) si svolgerà il 15 e 16 luglio presso lo Sheraton Grand Tbilisi Metechi Palace. L’evento riunirà oltre 2.500 partecipanti provenienti da tutta l’Europa orientale e dall’Asia centrale, con due giornate dedicate a conferenze, networking ed esposizioni focalizzate sulle tendenze, le tecnologie e le strategie che stanno plasmando il futuro dell’industria del gaming nella regione.

**Fonte:** <https://www.jamma.it/?p=354350>