

29 Aprile 2026 - 11:59 di Marco D'Angelo

Con sole tre settimane al via, la 6ª edizione annuale di **iGaming Germany 2026** si terrà il **21 - 22 maggio 2026** presso il **NOVOTEL München Messe** a Monaco di Baviera, riunendo i principali stakeholder per discutere di come i quadri normativi stiano diventando più definiti, l'adozione della tecnologia stia accelerando e cosa questo significhi per gli operatori in tutta la regione. Allo stesso tempo, la spinta a portare una maggiore attività verso i canali autorizzati rimane una priorità centrale per l'intero settore.

Il format riflette l'attuale panorama: il primo giorno è dedicato alla regolamentazione e alla conformità, mentre il secondo giorno si divide in due percorsi paralleli che coprono le operazioni online e l'**Inaugural Gaming Retail Summit**, riconoscendo la crescente convergenza tra gli ambienti di gioco digitali e fisici.

Sotto i riflettori i relatori: le voci del settore che danno forma al dialogo

Una prestigiosa formazione di relatori fornirà approfondimenti pratici e prospettive di mercato. In attesa dell'evento, ci rivolgiamo a tre leader del settore per condividere ciò che esploreranno a Monaco:

Dr. Damir Böhm, CEO, Tipwin Ltd.

Sulla questione se l'attuale modello fiscale e normativo della Germania sia realmente adeguato allo scopo, il Dr. Böhm ha offerto una valutazione ponderata ma diretta: *“La Germania merita un plauso per aver costruito un quadro normativo serio e standard elevati di protezione dei giocatori. Ma la sostenibilità non si misura da quanto un sistema appaia rigoroso sulla carta; si misura dal fatto che il mercato legale sia sufficientemente competitivo da incanalare i clienti lontano dall'offerta illegale. Le fonti ufficiali indicano ancora che una quota significativa del gioco d'azzardo online rimane al di fuori del mercato regolamentato, quindi il mercato legale funziona, ma non ancora abbastanza forte da giustificare l'autocompiacimento. Nelle scommesse sportive, la combinazione di una tassa del 5,3% sulla raccolta, restrizioni sui prodotti, limiti pubblicitari e crescenti costi di conformità deve essere valutata rispetto a questa realtà. Quindi la mia visione onesta è: il modello può funzionare, ma solo se la politica fiscale e la politica normativa vengono giudicate insieme rispetto a un KPI chiave: la canalizzazione”.*

Con le scommesse retail che continuano a tenere testa alla concorrenza digitale, il Dr. Böhm ha respinto l'ipotesi che il mobile abbia reso obsoleta l'esperienza delle scommesse fisiche: *“Un'app mobile può offrire velocità e comodità. Un punto vendita scommesse offre qualcosa di diverso: l'emozione sportiva condivisa. Per molti clienti, specialmente nel retail, il negozio non è solo un punto vendita; è un luogo dove lo sport viene guardato, discusso e vissuto collettivamente in un ambiente controllato e faccia a faccia. Il fatto che il retail rappresenti ancora una quota materiale del mercato regolamentato delle scommesse sportive in Germania dimostra che questo canale rimane altamente rilevante. La comodità può essere digitalizzata. L'atmosfera, la comunità e la presenza umana non possono essere replicate pienamente su uno schermo”.*

Guardando avanti alla valutazione del Trattato Interstatale del 2026 e a ciò che significa per il più ampio mercato DACH, il Dr. Böhm ha sostenuto perché un dialogo strutturato del settore non sia più opzionale: *“Monaco è importante perché il mercato si trova in un punto in cui la precisione legale e la realtà commerciale devono essere conciliate. La Germania si sta muovendo verso la valutazione completa del Trattato Interstatale del 2026, il dibattito sulla canalizzazione si sta intensificando e questioni pratiche come permessi, rinnovi, applicazione delle norme, pubblicità e vitalità del retail non sono più astratte. Una piattaforma come iGaming Germany è preziosa perché porta operatori, avvocati, responsabili della conformità e decisori politici nella stessa stanza per allinearsi sulle prove, non sull'ideologia. In un mercato così regolamentato e interconnesso come quello DACH, questo tipo di dialogo non è un lusso; è un'infrastruttura”.*

Frank Schwarz, Managing Director, Sächsische Spielbanken GmbH-Co KG

Alla domanda su come un operatore di proprietà statale riesca a tenere il passo con una concorrenza agile e “digital-first”, Schwarz ha indicato un vantaggio che nessuna startup può replicare: *“Combiniamo il meglio di entrambi i mondi: la stabilità e la forte reputazione degli operatori statali, con la flessibilità e le risorse necessarie per portare offerte digitali sul mercato. Inoltre, operiamo nel settore del gioco d'azzardo da oltre 300 anni, quindi apportiamo una profondità di esperienza significativa”.*

Quando gli è stato chiesto se la **“Rigidità Normativa”** possa coesistere con il mandato di innovare, ha risposto: *“Sì. Fondamentalmente, questa coesistenza richiede parità di condizioni all'interno di un determinato mercato. Ciò che stiamo vedendo attualmente in Germania è che l'applicazione della regolamentazione*

viene imposta in un modo che limita gli operatori legali, mentre le misure per bloccare gli operatori illegali sono troppo deboli”.

Sul perché sia importante un forum condiviso per gli operatori terrestri e online, Schwarz ha riportato l'attenzione sul cliente: *“Tutte le nostre offerte sono dedicate ai clienti tedeschi, sia quelli fisici che quelli orientati al digitale. Nell'interesse di offrire la migliore esperienza ai nostri clienti, attendiamo con impazienza la discussione con i diversi tipi di operatori del settore iGaming a Monaco”.*

Daniela Lanzolla, CPO, OpenSlots

Quando le è stato chiesto come bilanci la necessità di un'innovazione ad alta velocità con i “freni di sicurezza” tecnici richiesti dalle rigide normative, Lanzolla ha rivelato una soluzione interna: *“Lancio i prodotti velocemente, ma ogni funzione passa attraverso uno strumento di rischio e regolamentazione prima del marketing. Abbiamo sviluppato uno strumento interno che integra l'EU AI Act, il GDPR e le principali linee guida dei regolatori del gioco d'azzardo dell'UE”.*

Su cosa separerà la prossima generazione di coinvolgimento dei giocatori dall'attuale ondata di omogeneità dei prodotti, Lanzolla ha dato una risposta specifica: *“Un livello di personalizzazione trasparente su ogni gioco che mostri come si adatta al giocatore. Questo combatterebbe la stanchezza, infonderebbe fiducia e darebbe ai giocatori maggiore capacità d'azione”.*

Per quanto riguarda il motivo per cui il rapporto tra fornitore e operatore deve evolversi oltre una dinamica transazionale, Lanzolla ha sostenuto la necessità di una collaborazione più precoce e profonda: *“I veri guadagni si ottengono quando dati, rischio e prodotto vengono decisi insieme, non dopo la vendita. Questa coesione è particolarmente cruciale in un ambiente regolamentato dove i cambiamenti governativi hanno un effetto a cascata sull'intera catena”.*

Le conversazioni complete proseguiranno sul palco di Monaco, in una piattaforma che riunisce l'intera ampiezza dell'ecosistema del gioco tedesco in un'unica sala.

Iscrizioni ora aperte

iGaming Germany 2026 si terrà il **21 - 22 maggio** presso il **NOVOTEL München Messe**, Monaco. A tre settimane dall'evento, i dialoghi che meritano di essere affrontati stanno già prendendo forma.

Registrati per partecipare: <https://www.eventus-international.com/igg>

Richieste di sponsorizzazione:

Lou-Mari Burnett, Chief Operating Officer - loumari@eventus-international.com

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=351189>