

Perché Roma può diventare il centro della nuova iGaming economy italiana

2026-04-30 11:00:18 di Forbes.it

URL:<https://forbes.it/2026/04/30/roma-puo-diventare-centro-nuova-igaming-economy-italiana/>

di Tony Colapinto

Nel giro di pochi giorni, una città può cambiare ritmo. Non è solo una questione di affluenza, ma di intensità: gli hotel sono al completo, i ristoranti sono pieni anche nei giorni feriali durante la bassa stagione e i servizi sono sotto pressione.

A Roma, durante [SiGMA World](#), questa trasformazione non è stata un caso isolato, bensì sistemica. Già per la prima edizione di novembre 2025, la madre di tutte le conferenze di SiGMA ha avuto un impatto economico di quasi 100 milioni di euro, con proiezioni che indicano un potenziale compreso tra 134 e 168 milioni di euro all'anno entro la fine del decennio. Queste cifre non si limitano ai report, ma si traducono in flussi tangibili lungo l'intera catena di approvvigionamento urbana: ospitalità, trasporti, logistica, organizzazione di eventi e servizi.

Dietro questa trasformazione c'è Eman Pulis, imprenditore maltese e fondatore di SiGMA Group, che in dodici anni ha costruito una piattaforma internazionale capace di abbracciare mercati e continenti, mantenendo un livello di coerenza industriale raramente visto nel settore degli eventi. Quello che oggi appare come un ecosistema globale nasce, tuttavia, da un'intuizione che all'inizio sembrava quasi anticipare i tempi.

“Quando ho iniziato, molti pensavano che il settore fosse già saturo”, afferma Eman Pulis. L'industria della tecnologia e dell'iGaming già contava su eventi consolidati negli Stati Uniti, in Asia e a Londra. Inserirsi in quel calendario non solo era difficile, ma sembrava anche inutile. Eppure, il punto non era aggiungere un'altra Expo, ma cambiare la logica stessa dell'evento.

Pulis ha individuato una frattura nel sistema: affiliati, operatori e fornitori operavano su binari paralleli, convergendoci raramente. Riunirli sotto lo stesso tetto non è stata solo una scelta organizzativa, ma anche una lettura del mercato. “Un affiliato può diventare un operatore. Un fornitore ha bisogno di affiliati per distribuire i propri prodotti. Tenerli separati non rifletteva né la realtà né le necessità del settore”. Da qui è nata quella che oggi è la filosofia di SiGMA: “Le relazioni umane prima degli affari, il networking come motore principale, la comunità come infrastruttura”.

Quella che inizialmente era vista come una scommessa, quasi un eccesso di fiducia, si è evoluta nel tempo in un format replicabile ed esportabile. Pulis prende in prestito un termine specifico: ‘geoclone’. Un concetto che coglie bene la sua visione imprenditoriale: replicare un modello che funziona, adattandolo ai contesti locali senza distorcerne la struttura. Dopo la pausa dovuta al Covid, questa intuizione si è tradotta in una presenza globale che ora si estende a Dubai, Città del Capo, San Paolo, Manila, Città del Messico, Roma e Bangkok nel 2026.

Non si tratta semplicemente di un'espansione geografica. È una strategia per stabilire una presenza nei mercati in cui convergono l'innovazione tecnologica, il gioco regolamentato e la finanza digitale. “Pensiamo globalmente, ma agiamo localmente”, riassume Pulis, invocando il concetto di ‘glocalizzazione’. Non un hub

centrale che emana direttive, ma una rete di hub con competenze radicate nei singoli territori attraverso i continenti.

In questo piano, l'Italia non è soltanto una tappa europea. È un hub. Il mercato italiano è ora il secondo più grande in Europa, ma ha ancora margini di crescita, in particolare nel segmento online. “A differenza del Regno Unito, che è maturo, l'Italia è ancora in fase di sviluppo. Questo significa opportunità”. Ma la scelta della capitale italiana non è guidata esclusivamente dai numeri.

Secondo le stime elaborate per l'evento, Roma ha accolto circa 30.000 delegati nel 2025, con una crescita prevista fino a 42.000-50.000 delegati internazionali entro il 2030.

“Quando arriva SiGMA, la città si anima”, dice Pulis. L'enfasi è discreta, ma i dati empirici sono difficili da ignorare. Non si tratta solo dei grandi operatori, ma di un impatto economico diffuso che coinvolge anche la manodopera, i tecnici e i fornitori locali. “Vedere un migliaio di persone al lavoro per l'allestimento, falegnami, elettricisti, tecnici, è una delle cose che mi dà più soddisfazione”.

Accanto alla dimensione economica, nella visione dell'imprenditore emerge un elemento meno tangibile ma centrale: la fiducia. “Malta e l'Italia si capiscono. C'è un'affinità naturale”. Non è un dettaglio culturale, ma una leva operativa. In un settore in cui le relazioni informali contano tanto quanto i contratti, il contesto diventa parte integrante del modello.

È in questo contesto che emerge la posizione più chiara di Pulis sulla questione della regolamentazione. “Il gioco regolamentato è l'unica via da seguire”. La sua non è una dichiarazione di principio, ma un'analisi economica del settore. Vietare o tassare eccessivamente il gioco online – sostiene - non elimina il fenomeno: lo sposta verso operatori offshore, privi di supervisione e garanzie.

“Se ci sono troppe restrizioni per gli operatori legali o se questi sono eccessivamente tassati, il mercato legale si restringe e quello illegale cresce”. Si tratta di un delicato equilibrio che coinvolge la politica, le istituzioni e l'industria. Il rischio, secondo Pulis, è che il gioco legale gestito dallo Stato possa diventare una leva di consenso politico, compromettendo la stabilità del sistema. “Quando il settore viene utilizzato come arma politica, tutti perdono: le aziende, i lavoratori, ma soprattutto i consumatori”.

In questo scenario, SiGMA World mira a posizionarsi come piattaforma di dialogo. Non solo tra gli operatori, ma anche tra le autorità di regolamentazione di diverse giurisdizioni, gli investitori e gli innovatori. La componente tecnologica - rappresentata dal progetto AIBC - diventa parte integrante di questo processo, introducendo nel dibattito strumenti quali l'intelligenza artificiale, la blockchain, i big data e i modelli predittivi.

“La tecnologia per identificare il gioco problematico esiste già. Il punto è usarla nel modo giusto”. È qui che la visione industriale incontra quella normativa: creare un sistema in cui innovazione e regolamentazione non siano in opposizione, ma complementari.

C'è anche un'altra dimensione che distingue il percorso di SiGMA da molte narrazioni aziendali del settore: la componente filantropica. Non come una cornice da mostrare, ma come un pilastro strutturale. “La SiGMA Foundation è al centro di ciò che facciamo”, afferma Pulis, senza sminuire il peso delle sue parole.

L'obiettivo potrebbe apparire ambizioso ma realizzabile: generare un impatto positivo su almeno un milione di persone che vivono in condizioni di povertà. Ma al di là dei numeri, è il cambiamento di prospettiva a essere significativo. “Essere milionari non riguarda solo i soldi, ma anche l'impatto sociale che riusciamo a creare”, sostiene Eman Pulis. In un settore spesso guardato con sospetto, questa scelta ha anche una valenza reputazionale, ridefinendo la portata del business.

La traiettoria di SiGMA, tuttavia, non è stata lineare. La svolta più critica è coincisa con la pandemia. Nel 2020, con gli eventi in presenza sospesi, il modello è apparso improvvisamente obsoleto. “Pensavo che la

mia attività fosse diventata superflua”, racconta Pulis. È stato in quel contesto che si è verificata una delle svolte più significative.

Costretto a uscire dalla sua zona di comfort, il fondatore Pulis ha spostato l'attenzione su Dubai e ha sfruttato quel periodo per diversificare: è stato lanciato il fondo di venture capital, è stata rafforzata la dimensione internazionale e la fondazione ha preso forma. “Il Covid è stato il più grande lato positivo nella storia di SiGMA”. Una visione controintuitiva, ma coerente con il suo approccio.

“Quando sei a fondo, concentrati sulle piccole vittorie”, aggiunge. Non è una frase motivazionale, ma una sintesi operativa. “Mangia sano, fai esercizio, procedi a piccoli passi. Le piccole vittorie si sommano”. È una filosofia che riflette la struttura stessa del progetto: incrementale, adattiva, mai del tutto lineare.

Oggi, SiGMA non è più solo un'Expo. È un osservatorio su come si costruisce un mercato quando regolamentazione, tecnologia e relazioni convergono nello stesso spazio. Roma, in questo contesto, rappresenta un banco di prova. Non solo per i numeri, ma anche per la capacità di riunire interessi diversi: industria, istituzioni, opinione pubblica.

Se la traiettoria immaginata da Pulis reggerà, non sarà grazie all'impatto di una singola edizione né alla forza di un marchio. Dipenderà dalla capacità di trasformare un evento in un linguaggio stabile dell'economia contemporanea, in cui il dialogo non è un accessorio, ma un prerequisito per il suo funzionamento.

“L'assenza di dialogo danneggia tutti”, osserva. Non è un vicolo cieco, ma una linea di lavoro. E forse è proprio in questa tensione - tra regolamentazione e mercato, tra locale e globale, tra profitto e responsabilità - che è in gioco il futuro dell'intero ecosistema.

Questa tensione, tuttavia, non si limita alla sfera istituzionale né al tavolo delle trattative. Si riflette anche nel modo in cui SiGMA ha progressivamente ampliato il proprio raggio d'azione, trasformandosi da piattaforma di eventi in un'infrastruttura di connessioni tra capitali, idee e mercati emergenti.