



# **Consulta Nazionale Antiusura** **O.n.l.u.s.**

*Consulta Nazionale delle Fondazioni e Associazioni Antiusura O.n.l.u.s.  
"Giovanni Paolo II"*

*Associazione riconosciuta*

*Iscritta al n°2 del registro delle persone giuridiche della Prefettura di Bari  
Iscritta al n°30/108 dell'elenco tenuto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze  
Iscritta all'albo delle Associazioni Antiracket della Prefettura di Bari  
Membro della Consulta Ecclesiale degli Organismi Socio-Assistenziali*

## **COMUNICATO STAMPA**

### **Rilievi della Consulta Nazionale Antiusura sui "primi risultati" di "Giocare per gioco, ricerca su comunicazione e gioco responsabile"**

Nei giorni scorsi la stampa ha riportato alcuni contenuti di una ricerca *commissionata* dalla Lottomatica e dalla Sisal (e altri concessionari) alla Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. I risultati provvisori dello studio sono stati presentati al Meeting di Rimini 2011 di Comunione e Liberazione.

Dai materiali diffusi, si palesa un'evidente operazione commerciale della ricerca, a supporto di strategie aziendali, che rendono l'iniziativa analoga e simmetrica ad un'altra promossa, sempre da società di capitali interessate allo sfruttamento dell'alea, con la Fondazione Unigioco, nell'autunno del 2010. Anche in quel caso si trattava di presentare un elaborato tecnico, con oneri completamente a carico delle società che controllano le diversificate modalità di esercizio di scommesse, lotterie, apparecchi automatici per puntare denaro. Si è in presenza, dunque, di due progetti finanziati dalle principali società che hanno realizzato una imponente crescita sul mercato nazionale del consumo di azzardo. Entrambe le ricerche non sono indipendenti e imparziali e quindi non forniscono la risposta a un quesito ineludibile: quanto peso ha sulla crisi nazionale la trasformazione degli italiani da popolo di risparmiatori a popolo dai consumi da record mondiale del gioco d'azzardo.

La Consulta delle 27 Fondazioni Antiusura cattoliche muovono un simile rilievo poiché, tra l'altro, approfondiscono dal 1998 con continuità di metodo il tema del gioco d'azzardo (sia quello autorizzato dalla Stato e sia quello illegale) osservandone l'evoluzione nella società e il trattamento a esso riservato dalle istituzioni pubbliche.

La Consulta Nazionale Antiusura è molto preoccupata dei riflessi che la crescita della spesa per gioco d'azzardo (iniziata alla metà degli anni Novanta e decuplicatasi in valore monetario e numero di persone coinvolte) manifesta sulla condizione delle famiglie e in particolare sul diffondersi del fenomeno dell'usura. Più volte sono stati richiesti al Legislatore e al Governo i provvedimenti di contenimento di quella spirale di inflazione del gioco in denaro che purtroppo è giunta a far assurgere all'Italia il primato mondiale nell'affare dell'azzardo.

Non è accettabile, ad esempio, che nell'anno 2010 il nostro paese abbia assorbito il 22-23 per cento della spesa planetaria di consumo di giochi in denaro. In cifre assolute: 86 miliardi di dollari su 368 (dati forniti da A.gi.co.s. per il 2010) che è l'ammontare della spesa aggregata di tutti i paesi del pianeta. Una proporzione che appare decisamente esagerata e che innesca disfunzioni sistemiche per la vita delle persone, delle famiglie, della società, delle istituzioni pubbliche.

## Osservazioni sui “primi risultati” di “Giocare per gioco, ricerca su comunicazione e gioco responsabile”

(Maurizio Fiasco, in collaborazione con Daniela Capitanucci, Roma – Varese 29 agosto 2011)

### Premessa

Nei giorni scorsi la stampa ha riportato alcuni contenuti di una ricerca *commissionata* dalla Lottomatica e dalla Sisal (e altri concessionari) alla Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. I risultati provvisori dello studio sono stati presentati al Meeting di Rimini 2011 di Comunione e Liberazione.

La notizia ha suscitato attenzione particolare nella Consulta delle 27 Fondazioni Antiusura cattoliche che, tra l'altro, approfondiscono dal 1998 con continuità di metodo il tema del gioco d'azzardo (sia quello autorizzato dallo Stato e sia quello illegale) osservandone l'evoluzione nella società e il trattamento a esso riservato dalle istituzioni pubbliche.

Documentano tale attenzione i rapporti di ricerca pubblicati, i convegni di studio dedicati, le relazioni in sede di assemblea annuale della Consulta e le conferenze tenutesi in diverse sedi d'Italia a cura di singole Fondazioni (Bari, Roma, Napoli, Nola, Sorrento, Verona, Catanzaro, Genova, Milano).

A motivare un simile notevole impegno è stata la consapevolezza – suscitata tempestivamente – circa i riflessi che la crescita della spesa per gioco d'azzardo (iniziata alla metà degli anni Novanta e decuplicata in valore monetario e numero di persone coinvolte) manifesta sulla condizione delle famiglie e in particolare sul diffondersi del fenomeno dell'usura.

Insieme a ricerche, riflessioni e proposte, la Consulta è ripetutamente intervenuta sulle autorità di governo e sul legislatore proprio mentre si era in corso di deliberazione di provvedimenti normativi per avviare sempre nuove modalità di gioco d'azzardo.

Stessa determinazione si è avuta nel richiedere al Legislatore provvedimenti di contenimento di quella spirale di inflazione del gioco in denaro che purtroppo è giunta a far assurgere all'Italia il primato mondiale nell'affare dell'azzardo. Si calcola, ad esempio, che nell'anno 2010 il nostro paese abbia assorbito il 22-23 per cento della spesa planetaria di consumo di giochi in denaro (vedi più avanti nella nota). Una proporzione che appare decisamente esagerata e che innesca disfunzioni sistemiche per la vita delle persone, delle famiglie, della società, delle istituzioni pubbliche.

Negli Atti parlamentari vi è peraltro documentazione delle istanze della Consulta e delle audizioni alle quali è stata convocata da parte delle Commissioni parlamentari (Economia e Finanza e Bicamerale Antimafia).

A corroborare le riflessioni della Consulta vi sono stati gli apporti di illustri uomini di cultura giuridica e di Chiesa, tra i quali ricordiamo il Presidente Emerito della Corte Costituzionale Giovanni Conso, il Procuratore nazionale Antimafia Piero Luigi Vigna e il suo collega Piero Grasso, il costituzionalista Prof. Aldo Loiodice; per la Chiesa sono intervenuti, con commenti specifici finalizzati, l'Arcivescovo di Bari Mariano Cacucci, l'allora Vescovo di Genova Cardinale Dionigi Tettamanzi e il Presidente della CEI e Vescovo di Genova Cardinale Angelo Bagnasco.

In base alla esperienza appena ricordata, le notizie sulla ricerca “Giocare per gioco, ricerca su comunicazione e gioco responsabile” hanno destato vivo interesse, al punto da stimolare un primo esame dei materiali diffusi dai promotori e dei commenti che li hanno accompagnati.

### Osservazioni generali.

Il primo tratto che si presenta, dai materiali diffusi, è quello di un'evidente **operazione commerciale**, a supporto di strategie aziendali che vogliono corredarsi di un “modello di Responsabilità Sociale d'Impresa” (CSR). In questo caso (accenniamo solo brevemente) la CSR comporterebbe la “contabilizzazione” dei costi e degli effetti sociali della realizzazione di un business: eventuali esternalità negative sui gruppi sociali e sulle persone singole; limiti etici del perseguimento del profitto; effetti sistemici sugli equilibri (sociali, educativi, ambientali).

Come si legge del comunicato degli estensori, diffuso al Meeting di Rimini 2011, "In linea con le indicazioni di AAMS in tema di gioco pubblico, Sisal S.p.A., Lottomatica Group S.p.A., l'Associazione Acadi, l'Associazione Giochi&Società hanno commissionato una ricerca sulla problematica del gioco responsabile"

La ricerca è stata eseguita dalla "Fondazione per la Sussidiarietà, soggetto culturale autorevole e sensibile alle problematiche sociali ed educative, che ha coinvolto nel progetto l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e il suo Centro per lo studio della moda e della produzione culturale (ModaCult)".

Compariamo adesso obiettivi dichiarati e contenuti diffusi delle due elaborazioni – quella della Università Cattolica e quella della Fondazione Unigioco.

<i>Scopi dichiarati</i>	
Università Cattolica	Fondazione Unigioco
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizzare e orientare la comunicazione di prodotto dei principali concessionari;</li> <li>- Indagare la comunicazione finalizzata al gioco pubblico responsabile;</li> <li>- Rilevare la relazione tra gioco e socialità nella percezione dell'opinione pubblica giovanile.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Descrivere i benefici per la fiscalità e le entrate dello Stato che derivano dal gioco gestito dai Monopoli di Stato</li> <li>- Esporre il contributo all'occupazione e all'economia che deriva dal settore</li> <li>- Documentare le performance del comparto del gioco pubblico d'azzardo</li> <li>- Valorizzare i risultati nel contrasto all'illegalità segnati dall'AAMS</li> </ul>
<i>Effetti principali del messaggio delle ricerche</i>	
Università Cattolica	Fondazione Unigioco
Certificare qualità ed efficacia del marketing che l'offerta di giochi rivolge ai clienti	- Sostegno alle politiche pubbliche di promozione dell' "economia dei giochi" (definizione del MEF)
Proporre l'immagine di un "gioco responsabile" senza per questo ammettere la necessità di configurare una fattispecie formale, tanto di diritto civile quanto di diritto penale.	- Effetti positivi sul modello italiano di sviluppo economico e sulle politiche attive per l'occupazione
Rendere accettabile e compatibile il gioco connessi al denaro con i processi di socializzazione secondaria dei giovani (ma partire da quale età anagrafica?)	- Certificazione dell'efficienza e del "buon andamento" della Pubblica amministrazione (compresa l'AAMS) nel tenere il "timone" dei giochi.
Inserire la partecipazione dei giovani al gioco con poste in denaro tra le offerte psicopedagogiche	- Sostituire il rilievo delle notizie con i ripetuti casi di occupazione illegale del gioco legale e della conseguente corruzione (documentata dalla Commissione Antimafia) con bollettini di vittoria contro il gioco illegale.

### Osservazioni in dettaglio sulla notizia e il primo report diffuso dai promotori della ricerca

Testo diffuso dai promotori	Osservazioni
<p>(22.8.11-Jamma) - Anticipiamo dal convegno "Gioco: responsabilità e comunicazione. Primi risultati di una ricerca" in programma al MEETING DELL'AMICIZIA di Rimini i risultati della ricerca sulla problematica del gioco responsabile, che Sisal S.p.A., Lottomatica Group S.p.A., Associazione ACADI e Associazione Giochi &amp; Società hanno affidato alla <b>Fondazione per la Sussidiarietà che ha coinvolto nel progetto l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e il suo Centro per lo studio della moda e della produzione culturale.</b> I risultati della ricerca saranno resi noti con cadenza annuale in linea con il metodo del monitoraggio e dell'apprendimento in itinere</p>	<p>I principali concessionari del gioco pubblico d'azzardo hanno finanziato un ricerca, affidandola alla Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.</p> <p>La prima obiezione è che <i>una ricerca di tale natura e con dirette implicazioni per le decisioni istituzionali dev'essere commissionata e finanziata da un'entità "terza", cioè completamente estranea al business</i>, in questo caso del gioco d'azzardo, e molto distante dalla filiera delle operazioni finanziarie (anche queste ad alto rischio) connesse all'enorme ciclo di scommesse, casinò on line, gratta e vinci, slotmachine e simili impieghi del reddito familiare.</p> <p>E qui si assiste a una <i>grave e evidente violazione di un codice etico</i>: l'interesse dichiarato non è quello strettamente "aziendale" (incrementare le vendite), bensì l'acquisizione di un modello di presentazione al pubblico</p>

La ricerca avrà una durata di tre anni in modo da monitorare le tendenze evolutive del gioco pubblico e della sua considerazione sociale e di ottimizzare le relazioni con gli stakeholders.

Avviata nel dicembre 2010, la ricerca sta producendo i suoi primi risultati, in particolare su tre temi di grande rilevanza:

- la comunicazione di prodotto dei principali concessionari;
- la comunicazione finalizzata al gioco pubblico responsabile;
- la relazione tra gioco e socialità nella percezione dell'opinione pubblica giovanile.

Nella fase iniziale della ricerca, insieme alla ricognizione della letteratura scientifica sull'analisi del gioco-scommessa è stata completata l'analisi degli spot pubblicitari divulgati nell'ultimo anno ed è in corso la rilevazione degli atteggiamenti e dei comportamenti giovanili attraverso l'attivazione di una piattaforma interattiva sperimentale (blog con moderatore).

Nelle fasi successive verrà utilizzata l'osservazione dei partecipanti in alcuni luoghi emblematici del gioco-scommessa e sarà coinvolto un panel di esperti, rappresentativi di diversi mondi economici e culturali italiani.

I risultati della ricerca saranno resi noti con cadenza annuale in linea con il metodo del monitoraggio e dell'apprendimento in itinere.

## 2. Il gioco nella riflessione contemporanea

Il gioco pubblico, che attira frequentemente l'interesse dei media per la sua natura di vera e propria «industria», è una pratica che ha caratterizzato le società fin dall'antichità. La centralità del gioco nella vita sociale è da ricercare, oggi come ieri, nella capacità di riassumere in sé molteplici dimensioni:

- quella della **compagnia-convivialità** (particolarmente visibile nei giochi che creano momenti di socialità, ad es. nella compilazione di

Chi sono gli "stakeholders"? Nell'ordine: i Monopoli, i gestori che vendono l'azzardo, le banche che hanno prestato il denaro ai concessionari, i risparmiatori che hanno sottoscritto le obbligazioni dei concessionari (emesse per pagare le rate dei loro debiti bancari).

E poi? Per la Consulta nazionale Antiusura i riferimenti sono invece:

- Gli enti che tutelano le famiglie. Che si adoperano per difenderle dalla tempesta della crisi e dalle mille difficoltà...
- Le istituzioni educative. Che constatano e affrontano i guasti della diffusione del gioco tra i giovani
- Le Comunità ecclesiali. Che si sforzano di alleviare le conseguenze della crescente povertà e il dilagare del debito delle famiglie, sempre più spesso aggravato dal gioco d'azzardo.
- Le amministrazioni comunali che subiscono le ricadute delle installazioni di gioco d'azzardo. Criminalità di strada, interventi di sussidio alle povertà, ecc.
- Le associazioni del mondo produttivo (CONFINDUSTRIA, CONFCOMMERCIO, Coldiretti, COOP ecc.) che si vedono sottrarre una bella quota della domanda di consumi ordinari.

Si potrebbe continuare, ma è inutile: Stakeholders della ricerca e dei concessionari dell'azzardo sono i vari soggetti legati al business, che vanno fidelizzati a scommettere sull'allargamento del popolo degli scommettitori!

Si cita la convocazione di "Panel di esperti". Va intanto segnalato che non risulta che le professionalità impegnate da almeno dieci anni nello studio (e quasi tutti da una posizione critica) del fenomeno dell'azzardo sia stato coinvolto. Si può notare, *en passant*, che non mancano quelli che in pubblico professano alcune convinzioni sul gioco d'azzardo per poi sconfessarle in privato (una ricorrente forma di "nicodemismo" degli intellettuali accademici...)

Come si fa a includere l'odierno gioco pubblico d'azzardo di massa tra le pratiche dell'alea, dai sumeri alla società del Rinascimento?

Qui vi è una indebita sovrapposizione tra "gioco ludico" e "gioco d'azzardo", attribuendo impropriamente al secondo le caratteristiche del primo.

Qui siamo alla comicità crudele, cioè al grottesco. Il copione della dimensione esistenziale... La "compagnia-convivialità" è un predicato del "gioco ludico". Basta una

· del **rischio-azzardo**, nell'accezione positiva di chi valuta attentamente le possibilità di successo e nell'accezione negativa di chi non valuta le possibilità di insuccesso,

· del **divertimento**, motivazione di base di ogni comportamento di gioco che non conduca a comportamenti patologici,

· della **prova di abilità/intelligenza** richiesta dai giochi basati sulla memoria, la strategia, la cooperazione con i propri soci e la competizione con gli avversari da battere,

· della **sfida contro la sorte per affermare il proprio coraggio, audacia, superiorità**,

· della **dipendenza, che assume il carattere di ludopatia/ludomania** (argomento spesso enfatizzato dai media).

gioca in modo costante (e che non necessariamente è un giocatore patologico o eccessivo) è destinata CERTAMENTE a ridurre (perché inevitabilmente perde) il suo reddito disponibile: per il "principio dell'attesa di guadagno negativa" (Fonte: Peres Ennio, matematico). Pertanto, con la perdita non è raro che scatti il meccanismo dell'inseguimento (chasing) con conseguente ampliamento della perdita stessa e rischio di innesco di gioco eccessivo (oltre le proprie possibilità), fino all'indebitamento. (Fonte: R. Ladouceur)

Un'evidente manomissione terminologica: l'azzardo non è un tratto costitutivo del gioco finalizzato al denaro, ma un rischio "eventuale", di chi non valuta "le possibilità d'insuccesso". Insomma solo chi punta denaro con lo stesso animus di chi getta la monetina nella Fontana di Trevi ricorre all'alea senza l'azzardo. Sarebbe interessante stimare la quantità di simili "giocatori".

Ne consegue che anche all'inizio l'aspetto del "divertimento" è piuttosto marginale nell'ingaggiarsi in questo tipo di giochi (Fonte: R. Ladouceur)

I giochi d'azzardo per definizione non consentono alcuna prova di abilità, intelligenza, strategia. Cooperazione e competizione sono aspetti "esteriori" del prodotto gioco d'azzardo (cui non corrispondono di fatto correlati effettivi). Tutte le modalità di azzardo sono strutturate (e corredate da segni grafici, suoni, simboli evocativi, rituali) per dare l'impressione soggettiva e per far credere che l'intervento ATTIVO del giocatore possa modificare in qualche modo l'esito del gioco. E' un evidente falso: l'esito è predeterminato ed è dovuto al caso (Fonte: Ladouceur; Henslin, ecc.)

Come Prometeo, Giasone, Ercole... il pensiero archetipico.

Tutta la letteratura delle scuole psicologiche a indirizzo cognitivista, sottolinea come l'idea di poter affermare il proprio coraggio, audacia e superiorità attraverso i giochi di alea sia uno dei "pensieri erronei" più pericolosi. Si tratta delle distorsioni cognitive più potenti nell'indurre il passaggio dal "gioco sociale" a "gioco patologico". Sfugge totalmente al giocatore, infatti, la consapevolezza della reale ingovernabilità dell'esito del gioco stesso. Si smarrisce che si tratta di un gioco di alea appunto e non di una prova di abilità. La persona è quindi spinta ad accanirsi nel giocare per poter recuperare le perdite. Un tipico circolo vizioso "senza fine": si entra nel gioco senza aver stabilito le regole e i dispositivi per uscirne. (Fonte: R. Ladouceur, P. Watzlawick)

Qui vi è una creatività terminologica: "ludopatia" "ludomania", due sindromi inesistenti nella letteratura scientifica.

Anche in questo caso, la retorica, la manomissione delle

Gli spot mettono in scena un 'rapporto sociale' tra gli operatori e i potenziali giocatori e propongono implicitamente dei modelli di giocatore a cui corrispondono motivazioni psico-sociali ed etiche che non possono essere date per scontate.

L'invito al gioco moderato, cauto, responsabile, consapevole, è presente in specifiche campagne di AAMS e dei principali concessionari del gioco pubblico, tuttavia il panorama non è sempre rassicurante: alcuni spot insistono sulla rapidità e la certezza della vincita, sulla certezza del montepremi e sul rimborso al giocatore in caso di perdita, puntano dunque in modo disinvolto sulla sicurezza per incentivare un investimento crescente nel gioco. In direzione contraria alla responsabilità si muovono i racconti del gioco-scommessa come possibile professione; le caratteristiche ludiche del gioco vengono sopraffatte da una visione del gioco come canale permanente di guadagno, in alternativa ad altri mestieri.

In realtà stimolano una regressione verso il feticismo e la superstizione...

Di là di una pur fondamentale critica etica, resta il punto che il marketing del gioco d'azzardo riguarda una condotta che rapidamente dà vita a un quadro clinico molto complesso e grave, con conseguenze sulla salute psichica delle persone di conclamata evidenza, tanto accertate nella letteratura scientifica, quanto nelle ricerche empiriche che si stanno realizzando (a cura di servizi e associazioni per la terapia da GAP).

Il criterio di valutazione, dunque, non può riguardare la "qualità" narrativa degli spot e degli altri prodotti, bensì l'incidenza che essi hanno nel processo sequenziale del formarsi della dipendenza psicologia da gioco d'azzardo. E qui si riconferma il ridicolo ricorso a terminologie inappropriate: ludopatia, come sofferenza da *ludus*, cioè dal gioco sportivo. Secondo l'estensore della ricerca, l'agonismo contenuto nel gioco d'azzardo sconfinerebbe in disturbo psichico da eccesso di sfiga agonica... Povero Roger Caillois! E povero Huizinga!

Dal Capitale Sociale Familiare (P.P. Donati, E. Scavini) alla familiarità e "fraternalità" del rapporto tra gestore e giocatore...

In realtà la stragrande maggioranza degli spot comunicano "vincere facile, vincere subito, vincere spesso". Dunque prevale "rapidità e certezza". Quanto al lessico e alla semantica delle campagne dell'AAMS per il gioco "responsabile" esso appare centrato sulla responsabilità che DEVE MANTENERE IL GIOCATORE NEL GIOCARE. Del tutto oscurato è il doveroso messaggio SULLE REALI PROBABILITA' DI PERDERE.

Si può osservare, a questo proposito, una grave omissione dello Stato italiano: non è imposto per legge ai concessionari di adeguare i propri spot alle LINEE GUIDA SULLA PUBBLICITA' VALIDATE A LIVELLO INTERNAZIONALE (Fonte: R. Ladouceur e altri) La differenza, dunque, la fanno le frequenze delle inserzioni e degli spot pubblicitari e l'assenza di un quadro giuridico di responsabilità civile del concessionario e del gestore. Finché non sarà formalizzato il nesso tra gioco, sua promozione e addiction, è persino blasfemo usare i termini "cauto" "responsabile" "moderato". Con 1300 euro procapite degli italiani da 14 a 90 anni, spesi per il gioco; con un peso del consumo italiano pari al 22 % del consumo mondiale, è sardonica la sequenza verbale sopra riportata.

Il rischio di cadere nella dipendenza è considerato da tutti assai remoto; nelle dichiarazioni dei partecipanti, questo rischio riguarda sempre «gli altri». In questo quadro emerge il suggerimento di creare più efficaci campagne di comunicazione rivolte agli adulti perché non inizino all'azzardo i propri figli.

### **5. Il blog "Gioco Responsabile"**

Per approfondire il tema della partecipazione giovanile ai giochi è stato attivato un blog, strumento innovativo e interattivo che ha raccolto, nello spazio di un mese, oltre 300 interventi di giovani giocatori, con proposte creative e contributi allo sviluppo dei valori della responsabilità sia nella pratica che nella comunicazione dei giochi. Questa fase sperimentale verrà sviluppata anche nel seguito della ricerca, immettendo nuovi temi di discussione. In linea con quanto emerso dai focus, lo Stato rappresenta per i partecipanti al blog un attore estremamente ambiguo, beneficiario ultimo e principale delle entrate da gioco pubblico.

Nelle parole di Andrea: «Più la gente si rovina (con le proprie mani), più lo Stato ci guadagna». Per risolvere almeno parzialmente tale conflitto tra il ruolo di garante del benessere dei cittadini, da un lato, e «biscazziere» dall'altro, viene invocata una maggior trasparenza nell'uso degli introiti da gioco pubblico per cause sociali: ben valutata è l'iniziativa di Win For Life per l'Abruzzo, ma - si chiedono i giovani - possibile che sia tutto qui? In che modo lo Stato si impegna per il recupero delle ludopatie?

Dal blog emerge che i giovani chiedono «uno Stato che si impegna per il benessere dei cittadini» e che individui categorie sociali cui indirizzare parte dei guadagni derivanti dal gioco: i giovani, attraverso investimenti nella scuola e nella ricerca (per frenare la «fuga dei cervelli» dall'Italia, scrive Laura), gli immigrati che vivono in situazioni di emergenza (ad esempio i profughi sbarcati a Lampedusa). Ma anche la cultura, la sanità, le energie rinnovabili, la sicurezza stradale, il trasporto pubblico. Insomma, una visione ampia dei possibili usi degli introiti per «good causes», cui si accompagna l'impressione che tali investimenti, anche quando realizzati, non vengano adeguatamente comunicati.

Molto sentito anche il problema del gioco minorile. Come garantire il rispetto di questo divieto? I partecipanti invocano maggiori controlli dell'autorità presso ricevitorie e sale giochi, ma soprattutto interventi educativi nelle scuole medie inferiori e superiori, dove già sono diffuse le azioni contro il fumo e le droghe, ma non sufficientemente

del "rischio che riguarda se stessi".

Il particolare che i ragazzi intervistati ammettano che si comincia a giocare anche in famiglia (con la sottovalutazione dei rischi da parte di tutti, familiari inclusi!) conferma una evidenza presente nella letteratura scientifica internazionale (cfr. Derevensky, psicologo ricercatore canadese esperto di gambling giovanile).

Un'osservazione di carattere deontologico: un blog è anche una fonte di dati per quel che riguarda motivazioni, interessi, inclinazioni al consumo, bisogni ecc. E allora c'è subito da chiedere quale possibilità le società finanziatrici della ricerca (sisal, Lottomatica, ecc) AVRANNO di accedere A QUESTI DATI ORIGINALI.

Tra le conseguenze, ad esempio, potrebbe esserci di ricavare - a basso costo - una ulteriore RICERCA DI MERCATO PER TARARE con SEMPRE maggiore efficacia I PROSSIMI GIOCHI D'AZZARDO, SUL PROFILO E SULLE ESIGENZE DEL GIOVANE GIOCATORE.

Una misura di protezione dei minori imporrebbe, in questo caso, di impedire severamente L'ACCESSO A QUESTI DATI AI CONCESSIONARI E ad AAMS.

comunicazione. Le aziende non devono aver paura di comunicare e di parlare di gioco responsabile perché sono convinto che i maggiori profitti si potranno cogliere comunicando in modo responsabile e non nascondendo gli aspetti che si potrebbero ritenere controproducenti".

#### **Il parere di Maggi - Presidente ACADI e Direttore Rel Istituz SISAL**

Rimini - "La scelta di svolgere questa ricerca è maturata fra tutti i committenti un anno fa proprio qui a Rimini - dichiara Giovanni Emilio Maggi - Presidente ACADI e Direttore Relazioni Istituzionali Sisal - per studiare un modo nuovo e socialmente corretto di mettere in relazione il settore del gioco con il pubblico, in particolare quello dei giovani adulti. Ritengo che i primi risultati siano assolutamente interessanti e ci consentano di leggere il settore in un modo certamente diverso dall'abituale, fatto che ci carica ulteriormente di aspettative per le fasi successive della ricerca. L'appuntamento sarà di nuovo al Meeting fra 12 mesi."

#### **Le dichiarazioni di Giancarlo Rovati - Università Cattolica Milano**

"La multidimensionalità del gioco-scommessa è spesso trascurata a favore di una rappresentazione stereotipata, spesso incentrata solo su comportamenti problematici che hanno messo in ombra il legame profondo tra gioco e società moderna, anche nelle sue dimensioni tecnologiche, economiche, finanziarie, imprenditoriali, organizzative" - ha commentato il Professor Giancarlo Rovati, Ordinario di Sociologia Generale all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano - "La ricerca, che durerà tre anni, ci permetterà di monitorare l'evoluzione sociale del gioco, restituendogli la centralità che gli è propria e la capacità di riassumere in sé molteplici dimensioni: convivialità, apprendimento, rischio-azzardo, divertimento ma anche dipendenza."

#### **Il parere di Marco Pedroni - Università Cattolica**

Rimini - "La ricerca utilizza metodi tradizionali come i focus group e strumenti innovativi quali il blog con l'obiettivo di individuare le molteplici sfaccettature del gioco-scommessa nella percezione dei giovani." - dichiara Marco Pedroni, Sociologo

Questa affermazione – che stupisce per quanto sia perentoria – si potrebbe estendere ad altre forme di "dipendenza patologica": alcolismo, tabagismo, stupefacenti. Se fosse stato seguito, per queste ultime nocività sociali e individuali, lo stesso criterio proposto dall'on. Lupi (non tenerne conto per "legiferare e affrontare in generale l'argomento") non sarebbe stato emanato né il "Decreto Sirchia" sul tabagismo, né il piano nazionale per le tossicodipendenze (per le quali, anzi, si sarebbe avuta una involontaria asseverazione delle tesi "legalizzatrici e/o liberalizzatrici" per consumo e vendita di droghe).

Qui il committente dichiara esplicitamente la propria soddisfazione per l'output della ricerca.

Colpisce, in questa dichiarazione, il lessico utilizzato: mai ricorrente è il termine appropriato di "gioco d'azzardo". Qui vi è una patente manomissione retorica: "gioco", "gioco e società moderna". Quanto al "rischio azzardo" (citato di sfuggita) esso è una conseguenza indesiderata (e perciò solo "eventuale") del gioco, *non un tratto fondativo del gioco di alea*. Cioè il gioco può divenire azzardo, e il carattere "ludico" del "gioco a soldi" ne certifica le dimensioni "molteplici" della

A sottolinearlo è il country manager per l'Italia di Codere, Massimo Ruta, secondo il quale "troppo spesso infatti non si trovano interlocutori adeguati quando si parla di gioco mentre è fondamentale riuscire a far comprendere a giocatori e non solo che quando entrano in una sala da gioco, che sia un bingo, una sala slot e o una sala scommesse, sta andando a divertirsi, perché quello è lo scopo perseguito dal giocatore ma anche dalle imprese. Noi vorremmo avere sì un'ampia raccolta come quella attuale proveniente dai giochi, ma preferiremmo 60 miliardi provenienti da 60 miliardi di giocatori piuttosto che la stessa cifra proveniente da pochi utenti. Questo per dire che come aziende non guardiamo unicamente i numeri perché non avrebbe senso neanche dal punto di vista aziendale".

### **Lancio sui media a giugno 2011**

"Lottomatica ha finanziato una ricerca, biennale, all'Università Cattolica di Milano affinché certifichi la compatibilità etica di questo settore, trattando il tema della responsabilità dei singoli giocatori e degli operatori del comparto".

tenda allo 0% di giocatori patologici e al 100% di consumatori sociali. Un'utopia sbagliata, pericolosa e smentita tanto nel DSM IV e in sede Organizzazione Mondiale della Sanità.

Come già per il tabacco, con un tale modello, si estingueranno i gruppi che testimoniano le responsabilità dei concessionari nell'indurre danni alla salute (Gioco d'Azzardo Patologico). Analogamente, infatti, se tutti fumano un pacchetto di sigarette al giorno, non sarà più possibile attribuire al fumo le morti per cancro. Le persone non metteranno più in discussione il fumo di tabacco. Se appunto tutti fumano. Assecondando questo modello assisteremo ad un aumento esponenziale del consumo con conseguenze imprevedibili (Fonte: Marc Valleur, Centre Marmottan, Parigi).

### **Conclusione amara e allarmata**

La ricerca è il PROSEGUIMENTO DEL LAVAGGIO DELL'IMMAGINE censurata (ancora per poco) DEL GIOCO pubblico d'azzardo IN ITALIA.

Il fatto che l'operazione abbia trovato ascolto in ambienti cattolici così importanti e dai meriti universalmente riconosciuti è motivo di profonda tristezza.

La Consulta Nazionale Antiusura sottolinea che la Chiesa Cattolica ha preso posizione netta, con commenti specifici finalizzati, nell'indicare i rischi gravi connessi alla diffusione del gioco d'azzardo in Italia: nel 2008 il Presidente della CEI e Vescovo di Genova Cardinale Angelo Bagnasco, intervenendo all'Assemblea annuale della Consulta Antiusura, ha indicato il gioco d'azzardo, insieme alla disoccupazione e alla perdita dell'abitazione, tra le tre priorità delle politiche sociali in Italia.

Il fatto che nell'ultimo biennio il settore dell'azzardo abbia segnato un incremento di oltre il 60 per cento del consumo, rappresenta un ulteriore segno di pericolo sociale e in particolare di incremento di tutti quei fenomeni correlati di usura e di sovra indebitamento delle famiglie.

Bari, 31 agosto 2011

Il Segretario Nazionale  
Mons. Alberto D'Urso

all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano,  
Centro di Ricerca ModaCult –

"La prima fase della rilevazione ha già permesso di evidenziare un ampio spettro di significati che i giovani, target estremamente consapevole ed esigente, attribuiscono al gioco-scommessa. Non esiste un profilo unico del giovane giocatore, ma una pluralità di atteggiamenti definiti dalla frequenza delle pratiche ludiche e dai significati positivi o negativi attribuiti al gioco."

### **Il parere di Ruta - Country manager CODERE**

Rimini - "L'intenzione di noi concessionari del gioco pubblico, come evidenziato nella presentazione di oggi, è quella di conoscere a fondo tutti gli aspetti che riguardano il gioco e il giocatore per fare in modo di diffondere una vera cultura del gioco che è l'aspetto che manca veramente al nostro comparto".

"convivialità" dell' "apprendimento" (Pedagogico? Morale? Esistenziale?). Compreso il "rischio-azzardo" (che dunque sarebbe un effetto collaterale e non un connotato ontologico!) e lo scivolamento dal "divertimento" alla "dipendenza".

Si spiega così l'ostinato diniego a utilizzare i lemmi appropriati della letteratura scientifica, che indica "Gioco d'azzardo patologico" e non suggestioni ambigue e indeterminate come "ludomania" o "ludopatìa".

Gli estensori della ricerca della Cattolica presentano la loro metodologia come inattaccabile e innovativa (focus group, blog, social network): il fatto è che una metodologia può essere montata su "assiomi che non sono assiomi", cioè su principi che sono enunciati come così evidenti da non richiedere dimostrazione. Ma essi non sono "inconfutabilmente veri"! E perciò, quando l'attenzione, si sposta sul "procedimento esatto" e non sulla fondazione degli assiomi, si corre il pericolo effettivo di ricavare teoremi da premesse erranee.

Interessante questa definizione, tratta dalla mercatistica, dei giovani quali "target estremamente consapevole ed esigente".

Ecco, appunto: l'azzardo di massa in Italia ha raggiunto i numeri stratosferici (23 per cento del mercato mondiale del "gioco", di quel gioco che va qualificato come "d'azzardo").

E' interessante la dichiarazione naïf che in Italia si siano raggiunti numeri iperbolici (quest'anno si supereranno i 70 miliardi di euro di consumo) senza "una vera cultura del gioco".

In pratica, se si sono segnate queste cifre, ciò è accaduto nella incomprensione generalizzata, dal lato dei giocatori, del fatto che essi, "quando entrano in una sala da gioco", vanno a divertirsi.

Insomma, ai concessionari è venuto il dubbio che i loro clienti puntino a ricavare soldi – dai giochi in denaro – piuttosto che divertimento.

Anche in questo caso, c'è da chiarire quanto possa essere "divertente" (senza il miraggio della vincita di denaro) "grattare" un tagliando, inserire una moneta in un videopoker ecc.

Come ha più volte osservato Robert Ladoucer (Canada, psicologo cognitivista) senza la proiezione del denaro proveniente dall'alea, non esiste nessuna gratificazione "ludica" nella sequenza di gioco.

La dichiarazione è assai inquietante: l'obiettivo appare quello di far diventare giocatori l'universo della popolazione italiana. Il modello implicito proposto è fondato sulla previsione di un accostamento in massa di tutta la popolazione all'azzardo: "istruendo" i giocatori ("Gioca responsabilmente". "gioca il giusto") affinché si

Un processo di CSR dovrebbe individuare, dal lato delle "partite attive", quale "moltiplicatore" deriva dall'economia dei giochi; cos'hanno prodotto e distribuito i 61,5 miliardi di € consumo registrato di giochi nel 2010; cos'hanno ripartito nei bilanci di gestori e sub gestori e nel budget delle amministrazioni pubbliche; quali conseguenze indirette nell'economia della produzione, del commercio e dei servizi; quale impatto sulla quotidianità delle famiglie e in generale dei consumatori.

Dal lato delle "partite passive", la CSR risponde alla domanda "sono stati contabilizzati i costi?" Parliamo di costi a) per il controllo amministrativo e di polizia; b) per le opportunità derivanti all'azzardo illegale e all'usura; c) per la diffusione di criminalità attorno ai siti dei giochi; d) per l'incremento delle dipendenze psicologiche da GAP; e) per le difficoltà operative dei servizi educativi; e) per i comportamenti delle fasce giovanili. E così via.

Ben pochi dei quesiti fondativi di un processo di Responsabilità Sociale d'Impresa si rinvengono nell'elaborato diffuso della ricerca che, dunque, è più appropriato definire come iniziativa di Cause Related Marketing: un'operazione squisitamente commerciale, che, di là del lessico adottato, si pone più congruamente sul binario dei benefici attesi per la crescita del settore dei servizi per l'azzardo promosso dallo Stato italiano.

Un'iniziativa analoga e simmetrica era già stata promossa, sempre da società di capitali interessate allo sfruttamento dell'alea, con la Fondazione Unigioco, nell'autunno del 2010. Anche in quel caso si trattava di presentare un elaborato tecnico, con oneri completamente a carico delle società che controllano le diversificate modalità di esercizio di scommesse, lotterie, apparecchi automatici per puntare denaro.

Si è in presenza, dunque, di due progetti finanziati dalle principali società che hanno realizzato una imponente crescita sul mercato nazionale del consumo di azzardo.

Un semplice dato fornisce l'estensione – davvero abnorme e senza corrispettivi nel mondo – di questo affare: *l'Italia assorbe il 23 per cento dell'intero consumo planetario di gioco d'azzardo*. In cifre assolute: 86 miliardi di dollari su 368 (dati forniti da A.gi.co.s. per il 2010) che è l'ammontare della spesa aggregata di tutti i paesi del pianeta.

Uno scenario che mostra la portata degli interessi privati (alcuni non ben chiariti) che muovono il gioco d'azzardo.

Rinviamo a un'altra sede la descrizione analitica di questo aspetto e insieme la valutazione costi-benefici dell'incredibile – e, ripetiamo, unica al mondo – crescita del fenomeno di massa del gioco d'azzardo in Italia. *Costi e benefici sociali* (su scala dei gruppi e su quella delle famiglie e dei singoli); *effetti sull'economia nazionale* (depressione della domanda di beni e servizi, e dunque di creazione di reddito interno e occupazione, per sottrazione di risorse ai settori direttamente e indirettamente produttivi); *riflessi sulla crisi finanziaria pubblica* (riduzione di entrate fiscali e tributarie, merce' l'irrisoria entità delle aliquote di tassazione sui giochi, dove per esempio le scommesse on line beneficiano di un 3 % medio di imposizione, a fronte del 4 % di IVA sul pane!); *prossima esplosione di una bolla finanziaria* per l'ingente diffusione di "derivati" del debito dei concessionari.

Come detto, affronteremo in un'altra occasione questi temi, per concentrarsi sulla operazione commerciale della ricerca commissionata alla Università Cattolica e sull'altra "gemella" che ha come protagonista la Fondazione Unigioco.

Un particolare da sottolineare con molta cura (nel caso della Università Cattolica di Milano) è che *non si è in presenza di una scelta autonoma* dell'Ateneo, ovvero della deliberazione di inserire il tema del gioco d'azzardo tra gli argomenti di grande rilievo da affrontare con i suoi Dipartimenti (almeno cinque: psicologia, sociologia, economia, scienze giuridiche, discipline morali). Tale decisione – se fosse stata assunta – sarebbe stata quanto mai opportuna e utile, in questo drammatico periodo della società italiana, percorsa da una crisi multidimensionale (educativa, morale, familiare, occupazionale, economica, finanziaria ecc.). Una ricerca, indipendente e quindi imparziale, tenderebbe a fornire la risposta a un quesito ineludibile: quanto peso ha sulla crisi nazionale la trasformazione degli italiani da popolo di risparmiatori a popolo dai consumi da record mondiale del gioco d'azzardo.

(decisori politici e opinione pubblica) delle implicazioni di un "prodotto" industriale complesso e pervasivo (70 miliardi di spesa annua).

Come se un'industria farmaceutica finanziasse le istituzioni che devono accertare l'efficacia e la non dannosità di un nuovo medicinale, per quindi propagandare i benefici: più dell'Istituto superiore di Sanità e della Commissione unica del farmaco, varrebbe il punto di vista del venditore del ritrovato.

La storia del secondo Dopoguerra contiene innumerevoli esempi di "autocertificazione" di farmaci e di conseguenze "indesiderate": dal Talidomide in poi...

Quanto a un consumo analogo all'azzardo, perché anch'esso "di monopolio statale", vale a dire quello di tabacco, va ricordato che negli USA la ricerca sul fumo e sui suoi possibili danni per molto tempo è stata gestita nel medesimo modo di quella sul gioco presentata a Rimini: finanziata direttamente dai soggetti attivi del business (società multinazionali) con l'obiettivo di dimostrare la non pericolosità del tabacco e quindi per sostenere la compatibilità etica della promozione del consumo.

Tutto questo ha ritardato, e parecchio, l'approfondimento clinico e la predisposizione di terapie per l'epidemia di cancro alle vie respiratorie. E infatti la svolta legislativa e l'avvio delle campagne di dissuasione dal fumo sono state possibili, prima in America e poi in Europa, solo quando le autorità indipendenti sono riuscite a dimostrare la inequivocabile correlazione tra fumo di tabacco e tumori. E si così corsi ai ripari molti anni dopo, con costi umani e economici spaventosi: perché fare ricerca senza o con pochi fondi evidentemente rallenta tempi e non garantisce adeguate risorse.

Perciò fa davvero impressione – ed inquieta anche la comunità scientifica effettivamente competente – l'accanimento negazionista del Gioco d'Azzardo Patologico (GAP) e il ricorso strumentale a "certificazioni etiche", soprattutto da parte dell'Università Cattolica.

## **GIOCARE PER GIOCO**

### **1. La ricerca**

In linea con le indicazioni di AAMS in tema di gioco pubblico, Sisal S.p.A., Lottomatica Group S.p.A., l'Associazione Acadi, l'Associazione Giochi&Società hanno commissionato una ricerca sulla problematica del gioco responsabile di cui vengono presentati i primi risultati nell'ambito di questo Meeting.

Per realizzare la ricerca è stato scelto come partner scientifico la Fondazione per la Sussidiarietà, soggetto culturale autorevole e sensibile alle problematiche sociali ed educative, che ha coinvolto nel progetto l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e il suo Centro per lo studio della moda e della produzione culturale (ModaCult).

Il titolo prepara il terreno: come si può "giocare a soldi" per fini di gioco? Dov'è il divertimento nell'operazione banale di grattare la copertura dei numeri del G&V? O nell'introdurre una moneta nella slotmachine (e avere in 4-5 secondi la conclusione)?

E' evidente il messaggio inviato all'unica Istituzione che in questi dieci anni ha mosso delle critiche, severe, all'inflazione dell'azzardo. Basta ricordare le parole del Presidente della CEI, Cardinale Bagnasco, nel giugno del 2008 all'assemblea di Genova della Consulta. E in precedenza, sempre a Genova nel 2002, il Cardinale Tettamanzi si era espresso con altrettanta decisione contro l'espansione dell'azzardo

sistemi per schedine di Totocalcio, Superenalotto etc.),

· dell'apprendimento (il gioco come strategia di risoluzione dei problemi: quiz, enigmistica, ma anche le tecniche aziendali di creative problem solving),

· della vincita, aspetto spesso tematizzato, in positivo, in occasione di elevati premi (come accade per le grandi lotterie o le estrazioni con enormi jackpot), ma anche in negativo con riferimento alle conseguenze che le vincite eccessive hanno sulla vita dei giocatori,

constatazione dello schiacciante prevalere dell'azzardo "giocato" in solitudine (con il computer di casa, con la tv digitale terrestre, con i totem delle slotmachine ecc.) per ricavare quanto siano inappropriate le immagini (vere icone e veri input emozionali) della compilazione (negli anni Cinquanta del secolo scorso) della schedina a pronostico... Quando al Superenalotto, nella maggioranza dei casi si ritira un tagliando precompilato!

Se dunque per "Convivialità" si cita il rituale del Totocalcio, si indica un gioco che è da tempo è in stato preagonico...

La convivialità sta al gioco d'azzardo odierno come la poesia d'amore curtense sta alla pornografia via internet...

E' interessante notare che per evocare un lessico familiare (in un clima alla De Amicis) si punta a collocare un business da 70 miliardi di fatturato prefigurando un paese simile all'Italietta austera e dei buoni sentimenti di fine ottocento.

Per definizione, se il gioco è d'azzardo la componente di abilità non sussiste o è marginale rispetto all'esito. "I giochi d'azzardo sono l'unica esperienza umana in cui l'esperienza precedente NON è utile – ossia è IRRILEVANTE - per fare scelte nel presente e nel futuro" (Fonte: R. Ladouceur)

Per esempio nella slot machine (che assorbe il 50 % del consumo totale di azzardo) in che consiste l'abilità? E in quali modalità è presente? Forse nel "calcio scommesse"?)

Alludere al gioco d'azzardo come "apparecchio" per qualificare le forze di lavoro, incrementandone l'orientamento a risolvere i problemi è un'immagine che appare davvero irritante per quanti si dedicano alla formazione nelle scuole aziendali.

A rigore, "la vincita in denaro" è l'elemento centrale di motivazione al gioco d'azzardo. L'entità della vincita non va considerata esclusivamente in valore assoluto (quale la vincita iperbolica del jackpot al Superenalotto). Assume rilievo anche quando è percepita semplicemente come "molto" in raffronto alle possibilità di accesso al denaro da parte di chi gioca. A una signora anziana, che vive di modesta pensione, anche solo una vincita teorica possibile di 100 euro è SUFFICIENTE a stimolare al gioco d'azzardo reiterato. Non un caso che il boom dell'azzardo si verifichi in Italia combinandosi con gli effetti di una lunga stagione di disoccupazione di massa, di boom delle ore di cassa integrazione, di continua espulsione di personale maturo dal mercato del lavoro, di difficile ingresso per i giovani.

Per gli effetti di abbassamento del reddito disponibile per i consumi primari necessari, si tenga ben fermo il concetto che tutti i giochi d'azzardo disponibili sul mercato hanno un "rendimento" comunque inferiore ad 1: la persona che

La multidimensionalità del gioco-scommessa è spesso trascurata, tanto dai media quanto dalla letteratura scientifica, a favore di una rappresentazione stereotipata, schiacciata solo sulla ludopatia. La narrazione del gioco patologico ha messo in ombra il legame profondo tra gioco e società moderna, anche nelle sue dimensioni tecnologiche, economiche, finanziarie, imprenditoriali, organizzative.

### 3. Le campagne pubblicitarie

Le campagne pubblicitarie di Sisal, Lottomatica e dei principali operatori di gioco pubblico sono state oggetto di un'analisi di carattere socio-semiotico che ha preso in considerazione circa 700 spot del 2010. La riflessione sulla comunicazione implica una duplice domanda: come vengono rappresentati i giochi nella comunicazione pubblicitaria? E come nelle relazioni tra i giocatori? L'analisi socio-semiotica degli spot pubblicitari più recenti evidenzia la presenza di cinque principali narrazioni: una 'rassicurante passione', una 'rassicurante carezza', un 'sogno a portata di mano', un 'sogno oltre la quotidianità', una 'magia avvolgente'. Narrazioni che vertono intorno ai valori della praticità, ludicità, utopia e criticità e sollecitano aree diverse della sfera emotiva e razionale del cittadino-giocatore, proponendo molteplici valori e immagini del gioco.

parole serve ad attivare una sequenza: dalla parola a una reazione emotiva, dall'emozione alla concettualizzazione, da quest'ultima all'atteggiamento pratico: degli utenti e degli operatori.

Il tema verrà trattato il 24 settembre prossimo nell'ambito del Festival del diritto a Piacenza: "Le tecnologie nel gioco d'azzardo: quale tutela della persona?"

Se siamo fermi a "ludopatica" / "ludomania" è ovvio che possiamo fare a meno del DSMIV e perciò esonerare i concessionari (e il loro "stakeholders") dal risarcire "in solido" i danni patiti dalle famiglie nelle quali uno o più congiunti sono caduti nel GAP

Sul punto della pubblicità – anche con approfondimenti di critica sia semiologica e sia semantica – abbiamo compiuto costantemente le nostre analisi. Non certo superficiali.

Qui colpisce la sfrontatezza della parole, che suonano autentica provocazione e offesa all'intelligenza (e alla dignità professionale) di quanti si occupano del gioco d'azzardo, tanto con riguardo alle conseguenze sulle persone quanto per i riflessi sociali e economici... Quanto ai mass media, se da un lato registrano scarsi articoli, lanci, reportage sulle "dipendenze" da gioco d'azzardo, dall'altro lato enfatizzano soprattutto l'aspetto delle vincite. E' facile ricordare, ad esempio, quanto sia ampio lo spazio accordato dai TG nazionali alle notizie sui numeri estratti (da un minimo di tre volte alla settimana a un massimo di trenta di seguito!)

La ricerca propone un raggruppamento delle "campagne pubblicitarie" in cinque categorie. Esse appaiono del tutto artificiose (o mal descritte). L'esame di numerosi spot, inserzioni, richiami, messaggi indiretti e diretti, rinviene alcune costanti:

- Una "passione sicura"
- Un "sogno a portata di mano"
- Un "sogno oltre la quotidianità"

Modelli "preraffaelliti" ("magia avvolgente", "rassicurante carezza") appaiono meno frequenti di altri messaggi rivolti a fissare convinzioni quali:

- "Il gioco è per tutti" (spot del concessionario Snai e di altri)
- "Il gioco fa stare bene" (ancora uno spot della Snai)
- "Il gioco è socialmente utile" (Lotto e spot "good causes")
- Il gioco è il tuo nuovo lavoro (ricorrente spot del poker on line)
- "Col gioco diventi qualcuno" (messaggio incorporato, praticamente, in quasi tutti gli spot in circolazione)

#### 4. I focus group

Come vengono recepiti i giochi da parte dei giovani-adulti? Quali reazioni stimolano? Quali valori vengono associati al gioco e ai suoi protagonisti, dallo Stato ai concessionari? Questi interrogativi sono stati affrontati realizzando alcuni focus group con giovani (giocatori e non-giocatori) di età compresa tra i 18 e i 28 anni, scelti tra neodiplomati dell'istituto tecnico-professionale, studenti del primo triennio universitario, studenti di un Master in comunicazione.

Ai singoli focus hanno partecipato individui con esperienze e valutazioni molto differenziate: dai giocatori accaniti, agli antagonisti del gioco; dagli esperti ai neofiti; dai tessitori di elogi ai critici ad oltranza del ruolo ambivalente dello Stato.

Dai focus sono emerse molte rappresentazioni del gioco-scommessa e dei suoi praticanti.

Il gioco è considerato un territorio di ambivalenze. Molti giovani evidenziano che uno stesso aspetto dell'azzardo, ha implicazioni diverse a seconda del contesto in cui si inserisce. I giocatori attribuiscono un valore positivo alla dimensione della sfida (alla sorte, agli altri amici che giocano, ma anche alla società, laddove il gioco rappresenta una chance di riscatto della propria condizione personale) e un valore relativamente non positivo quando lo Stato viene associato tout court a colui che "che tiene il banco".

Interessante notare che lo Stato ritorna ad avere un ruolo positivo quando è associato al ruolo di regolatore del mercato stesso.

Le campagne di sensibilizzazione e di promozione del gioco sicuro e responsabile sono giudicate ancora non pienamente adatte allo scopo.

Da una parte si evidenzia la necessità di essere maggiormente incisive, anche alla luce di una sempre maggiore diversificazione dell' offerta. Dall'altra il dover chiarire, ribadendo quanto evidenziato precedentemente, con maggiore nettezza il ruolo dello Stato evidenziando l' importante ruolo di regolatore, ma anche di evolvere nel suo ruolo (laddove percepito) da cassiere a garante. Gli studenti auspicano campagne più incisive, basate nell' aumentare l' attenzione del pubblico (principalmente giovane) attraverso l'ironia e il paradosso.

L'ingresso nel gioco viene descritto come processo di socializzazione e apprendimento in cui risultano cruciali da una parte le famiglie e dall'altra il gruppo dei pari. Con poche eccezioni, i partecipanti ai focus group hanno iniziato a giocare in età minorile.

Tra i giovani partecipanti ai focus è emersa una buona padronanza dei termini della questione «azzardo» e uno spettro di opinioni del tutto simile a quelle degli adulti, sia in positivo sia in negativo.

Chi ha partecipato – tra Fondazioni, servizi, Comunità – ai focus group?

NB: gli "studenti". Ma il gioco pubblico d'azzardo non è vietato proprio ai minorenni? E in effetti la "prevenzione" promossa dall'AAMS è rivolta ai "neo maggiorenni". Tuttavia nel progetto (sempre sponsorizzato dai Monopoli) "Giovani e Gioco" venivano donate persino schedine di giochi leciti ai maggiorenni, e istruzioni all'uso dei giochi; queste ultime anche ai 17enni.

Se poi si cita il gioco d'azzardo come "chance di riscatto" come valore positivo, ci si imbatte in un "pensiero erroneo", potente nella sua pericolosità. Piuttosto che di eufemismi si avrebbe bisogno di lanciare un fermo allarme e di un invito a trovare dei rimedi, per fermare la diffusione di idee proiettive di riscatto con l'azzardo!

Candido! In alcune qualificate ricerche (AND, Giovani XXIII ecc) è stato chiesto ai giovani del campione se conoscessero dei loro coetanei con problemi di dipendenza da azzardo. La risposta prevalente è stata diversa, poiché la misurazione del rischio "che riguarda altri" è cognitivamente più accettabile della misurazione

quelle tese a prevenire la ludopatia.

Da ultimo, non certo per importanza, viene affrontato il tema della comunicazione dei giochi. Invitati a ideare spot per promuovere il gioco responsabile, i giovani hanno immaginato soluzioni fantasiose, orientate da un lato a produrre consapevolezza nel giocatore, dall'altro a scioccarlo. Tra i primi, l'invito di Matteo a usare negli spot lo slogan "Giocare è facile, perdere anche. Rifletti prima di agire", palese sovversione dei messaggi che raccontano la facilità della vincita.

Agli operatori si chiede la revoca degli spot ingannevoli, quelli che promettono guadagni oltre la reale possibilità statistica di ottenerli, ma soprattutto il coraggio di «dire le cose come stanno», abbandonando i facili slogan.

### **Il parere di Maurizio Lupi (tratto da gioconews)**

Rimini 22.8.11 - "Ho accettato di buon grado l'invito a partecipare a questa presentazione perché avevo seguito da vicino i lavori che un anno fa avevano portato all'idea di questo lavoro". A spiegarla, nel corso del convegno *Gioco: responsabilità e comunicazione*, è il vicepresidente della Camera Maurizio Lupi. "L'idea era quella di mettersi in gioco dal punto di vista delle imprese, perché le aziende del gioco con questo progetto hanno scelto di mettersi in discussione cercando di andare a conoscere anche quello che deriva dall'offerta del gioco. È possibile perseguire i fini aziendali, quindi di profitto e di sviluppo, e al tempo stesso quelli di responsabilità sociale e nei confronti della collettività, che un po' quello che sono chiamate a fare le grandi aziende. Per questo è importante il progetto di ricerca promosso dai concessionari attraverso il quale si può conoscere il proprio pubblico potendo così intervenire in seguito modificando i propri atteggiamenti".

"Io accolgo molto positivamente questo progetto come non condivido, al tempo stesso, il fatto che si parli delle patologie come aspetto di rilievo. Io credo che esistano anche le patologie legate al gioco ma non si può legiferare e affrontare in generale l'argomento gioco parlando delle dipendenze. Le dipendenze esistono ed è un fatto, come esistono del resto per tutti i tipi di giochi, non solo quelli con vincita in denaro. La scommessa è quindi quella di puntare al gioco responsabile da parte delle offerte".

Secondo Lupi particolarmente interessante di questo progetto è lo strumento del blog: "Si tratta di uno strumento che avrà un ruolo fondamentale perché la responsabilità sociale passa sì nei rapporti istituzionali ma anche e soprattutto nella

Colpisce l'assenza di ogni riferimento a un recente e impegnativo atto parlamentare: la relazione della Commissione bicamerale Antimafia, licenziata a luglio e avente per oggetto proprio il gioco d'azzardo e la condotta dei Monopoli di stato. Proprio "quello che deriva dall'offerta del gioco", infatti, costituisce il cuore dell'approfondimento svolto – nell'arco di un anno circa – dall'organismo parlamentare.