

IL GIOCO SOTTO ATTACCO

La storia d'amore tra lo Stato ed il gioco con vincita in denaro o gioco d'azzardo (legale), come ormai è chiamato anche in Italia, sembra finita. Il gioco è stato per dieci anni la vacca da latte da mungere. Ora che di altro latte ne resta poco si scoprono e criminalizzano gli aspetti problematici del gioco.

L'azione e l'esternazione della politica e dei rappresentanti dell'opinione pubblica sembra in questi mesi diventata frenetica su due diversi fronti. Da un lato, la promozione e l'adozione di provvedimenti che rendono sempre più stringenti le misure antimafia, antifrode, antievasione, anti-illecito e di tutela e trasparenza degli operatori. Molte misure di questo tipo sono state introdotte a partire dalla fine del 2010. Sono ora in esame presso le Commissioni Finanze e Giustizia ben 4 disegni di legge, che potrebbero essere accorpati in una unica legge.

Dall'altro lato, soprattutto in queste ultime settimane, si assiste ad un crescendo isterico di dichiarazioni ed iniziative

contro il gioco eccessivo e la pubblicità dei giochi. Si rivolgono di solito alla generalità dei giochi, quelli land based e quelli online. L'attenzione al gioco online in relazione alla sua visibilità mediatica ed allo spazio che ha nell'immaginario collettivo è superiore alla quota che gli compete in termini di reale spesa del giocatore.

Presso la Commissione Affari Sociali alla Camera è attualmente in corso un'indagine conoscitiva sugli aspetti sociali e sanitari della dipendenza dal gioco d'azzardo. La presidente di AND (Azzardo e nuove Dipendenze) ha proposto "un modello che preveda la riduzione dell'offerta, il contenimento dell'accesso, un'adeguata informazione sul gioco, la prevenzione della dipendenza e la cura dei giocatori patologici.". Secondo il presidente di Alea (Associazione per lo studio del gioco d'azzardo e dei comportamenti a rischio), "il gioco patologico deve entrare a far parte dei livelli essenziali di assistenza, i giocatori devono avere accesso ai servizi diretti (senza ricetta) ed essere esenti dal ticket sanitario.". Per finanziare tali misure propone di devolvere il 5 per mille delle entrate dai giochi. Secondo il presidente di

La spesa del gioco 2011

Nel 2011 la raccolta totale del gioco è stata pari a 79,9 miliardi di euro. La raccolta al netto delle vincite, cioè la spesa vera dei giocatori, è stata invece 18,4 miliardi di euro, equivalente al 23%. I corrispondenti dati del gioco a distanza sono 9,85 miliardi di raccolta lorda per soli 735 milioni di spesa del giocatore, pari al 7,5%.

In termini di spesa del giocatore, il dato che veramente conta, il gioco a distanza costituisce solo il 4% del totale del gioco.

Ma quanto spende il giocatore italiano del gioco a distanza? Bene, a dicembre 2011, quindi con tutti i nuovi giochi lanciati, i giocatori attivi (codici fiscali, non conti di gioco) nel mese sono stati 787.000 ed hanno speso in totale 69,9 milioni, pari a 88,8 euro a testa in media di spesa mensile.

Certo dentro questo dato medio si nascondono giocatori che hanno speso 1 euro e giocatori che di euro possono averne spesi 10.000. Con la complicazione che ci sono giocatori che spendono 100 euro senza poterselo permettere e alcuni che possono spenderne 10.000 in totale nonchalance.

Vi posso dire però che mediamente in ciascuno mese, nella seconda metà del 2011, due terzi di giocatori attivi hanno speso meno di 50 euro a testa e solo un terzo ha speso 50 euro o più. Sono dati di AAMS.





Codacons su 30 milioni di giocatori, ci sono almeno due milioni di persone affette da dipendenza da gioco, e invita a considerare il costo sociale del gioco. L'Università Cattolica di Milano nella sua relazione alla Commissione ha informato che sta lavorando alla definizione di protocolli che possono essere utili per indagini di tipo epidemiologico, dando informazioni sulla distribuzione e frequenza del fenomeno del gioco patologico.

Ho tabulato gli interventi di politici di vari livelli e tendenze, riguardanti il gioco eccessivo e la pubblicità del gioco, che sono stati oggetto di pubblicazione tra l'8 ed il 10 marzo (3 soli giorni) da parte di una nota agenzia di stampa internet specializzata nel gambling:

- Il Ministro Riccardi alla trasmissione "Gli Intoccabili" annuncia lo studio della questione della pubblicità, per vedere se è possibile, sull'esempio delle sigarette, arrivare a un divieto o, quanto meno, a una regolamentazione stringente, che tuteli i minori, le categorie deboli e preveda degli avvisi chiari sui rischi.
- Il sindaco di Genova informa che la Giunta sta lavorando per vietare la pubblicità del gioco d'azzardo lungo le strade e le piazze del Comune.
- Secondo alcuni deputati sarebbe opportuno inserire il divieto di pubblicizzare il gioco d'azzardo nel contratto di servizio della Rai.
- Secondo altri bisognerebbe destinare la metà degli incassi pubblicitari della tv pubblica alla realizzazione di Pubblicità Progresso che informi il pubblico sugli effetti del gioco patologico.
- Una mozione di deputati di Futuro e Libertà impegna il Governo a disciplinare l'esercizio delle attività legate al gioco in modo che agli utenti siano rese note, in forma comprensibile, le reali possibilità di vincita per ciascuna giocata a seconda della sua tipologia e ad adottare le opportune misure perché sia vietata la pubblicità commerciale delle attività legate a giochi, scommesse, lotterie e concorsi a premio.
- Senatori della Lega hanno presentato un disegno di legge recante misure urgenti sul gioco d'azzardo per la tutela dei minori, per il contrasto del gioco compulsivo e sul divieto della pubblicità dei luoghi di gioco.
- Il Ministro della Salute Balduzzi dichiara a Rai 1 che il Governo sta lavorando per evitare che le pubblicità dei giochi

siano ingannevoli e inducano le persone, specialmente i minori e i più fragili, a comportamenti problematici e patologici.

- Un gruppo bipartisan chiede di prevedere nella legge di conversione del decreto-legge 5/2012 l'avvio di una campagna informativa pubblica sui rischi derivanti dal gioco d'azzardo e una azione di sensibilizzazione nelle scuole che spieghi con chiarezza quali sono le reali probabilità di successo derivanti dal ricorso ad ogni singolo gioco, e chiede che i costi dell'iniziativa siano coperti ricorrendo ai proventi dei giochi.

Un'azione concentrata e sistematica. C'è evidentemente un disegno. Le misure di protezione del gioco eccessivo sono necessarie. Ed è anche giusto che la pubblicità tuteli i deboli ed i minori, non sia ingannevole e non prometta la felicità in modo eccessivamente perentorio. Il gioco ha elementi di rischio oggettivo che non vanno negati. Ci sono giocatori che non sono capaci di contenere entro limiti compatibili quello che spendono. Spendono più di quanto possono permettersi.

Temo però (tiedo ne, cioè mi preoccupo perché non succeda) che le analisi non siano scientificamente corrette, che le conclusioni siano frutto anche di pregiudizi, che non si distinguano le diverse situazioni che, ad esempio, caratterizzano il gioco on line rispetto al gioco in luoghi fisici, che non si distingua gioco dot-it e gioco dot-com, che si faccia di ogni erba un fascio.

L'ambiente online presenta un profilo di rischio superiore perché il giocatore è solo con il suo computer, e la solitudine è una condizione correlata del gioco patologico. Ma d'altro canto il gioco online comporta l'identificazione del giocatore, prevede i meccanismi di autolimitazione ed autoesclusione, consente il monitoraggio continuo del comportamento di gioco. Nel caso del modello italiano poi, la registrazione del giocatore, il prelievo ed il versamento sono subordinati alla convalida di AAMS, che pertanto ha nei propri archivi i dati degli importi depositati di tutti i giocatori. Ricordo che organi di stampa a gennaio hanno diffuso notizie riguardo la possibile futura introduzione di una "Carta Unica" del giocatore, uno strumento nominativo per l'accesso e il pagamento per tutti i giochi. Forse qualcuno non se n'è reso conto, ma per il gioco online la Carta Unica non c'è bisogno di inventarla, perché di fatto c'è già. È costituita dal "consolidato" nel sistema di AAMS dei conti di gioco che il giocatore intrattiene con tutti i diversi concessionari. Questi dati, a livello del singolo con-

cessionario e di AAMS, devono essere la base per l'individuazione e l'intervento su situazioni potenzialmente a rischio.

Il business dei concessionari seri è l'intrattenimento dei giocatori in forme sicure. L'interesse aziendale è servire un pubblico di giocatori che permangano nel tempo e che impiegano una quota parte proporzionata delle proprie disponibilità per un intrattenimento sano. I fenomeni ludopatici ed il gioco eccessivo costituiscono un danno sul cui contrasto è imprenditorialmente conveniente investire.

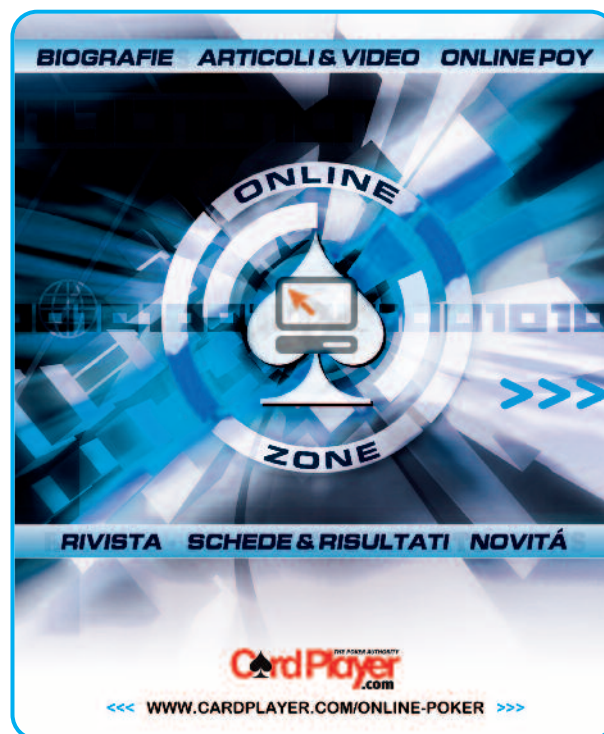
Troppo spesso il fronte che sta attaccando il gioco pare poco informato, neppure distingue il gioco sottoposto al controllo di AAMS dal gioco dot-com e, comunque, sottovaluta il rischio di colpire il gioco sottoposto a controllo a vantaggio del gioco clandestino.

I concessionari del gioco online dovrebbero essere attivi e propositivi affinché il destino del proprio business non sia determinato solo dai soggetti terzi che oggi se ne stanno occupando con tanto calore.

Anche in relazione alla giovane età del settore non c'è una rappresentanza associativa specifica dei concessionari del gioco online, che costituirebbe il soggetto vocato a esercitare un ruolo di coordinamento di queste iniziative. Però l'esigenza di una tutela degli interessi collettivi già in un recente epi-

sodio ha portato i concessionari dell'online a realizzare una iniziativa di lobbying collettiva. Con molto successo (cft box). L'esperienza dovrebbe essere ripetuta. ♠

Giovanni Carboni



VISITA IL NUOVO SITO DI MAX PESCATORI