

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE
GERO GRASSI

La seduta comincia alle 14,30.

(La Commissione approva il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che, se non vi sono obiezioni, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso l'attivazione di impianti audiovisivi a circuito chiuso.

(Così rimane stabilito).

Audizione di rappresentanti degli operatori del settore dei giochi pubblici (Sisal, Lottomatica, Snai e Federazione sistema gioco Italia; Gamenet).

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sugli aspetti sociali e sanitari della dipendenza dal gioco d'azzardo, l'audizione di rappresentanti degli operatori del settore dei giochi pubblici (Sisal, Lottomatica, Snai e Federazione sistema gioco Italia; Gamenet).

Nel dare il benvenuto di tutta la Commissione ai nostri ospiti, ricordo che sono presenti: per la SISAL, l'amministratore delegato, dottor Emilio Petrone, il dottor Giovanni Emilio Maggi, direttore delle relazioni istituzionali, l'avvocato Marcello Presilla, *public affairs*, e la dottoressa Maria Grazia Camerlengo in qualità di consulente; per la Lottomatica, il dottor Renato Ascoli, direttore generale, il dottor Simone Cantagallo, direttore *media com-*

munications, e la dottoressa Eleonore Para, delle relazioni istituzionali Italia; per la Snai, il dottor Stefano Bortoli, amministratore delegato, e la dottoressa Luigia Membrino, dell'ufficio stampa e relazioni esterne; per la Federazione sistema gioco Italia, il dottor Massimo Passamonti, presidente, il dottor Italo Marcotti, vicepresidente e delegato ai rapporti istituzionali della Federazione, e il dottor Carlo Malagnino dell'ufficio stampa; per Gamenet, il dottor Ezio Filippone, presidente, e il dottor Vitaliano Casalone, presidente emerito.

Do la parola ai nostri ospiti. Invito tutti ad essere sintetici nei loro interventi e a fare eventualmente pervenire una nota scritta integrativa.

EMILIO PETRONE, *Amministratore delegato della Sisal*. Grazie dell'invito e del tempo che ci dedicate. Essendo il rappresentante di un grande concessionario italiano, devo difendere un minimo il settore, cercando tuttavia di essere obiettivo e, quindi, parlerò con dati e fatti alla mano.

Il settore del gioco è oggettivamente una delle prime industrie del Paese. È un'industria di ampie dimensioni che dà lavoro a tantissime persone e ha un indotto molto importante. È un fatto noto, ma credo sia comunque da sottolineare. Meno noto è che questo settore, solo quattro o cinque anni fa, era in gran parte non regolamentato e presentava ampie sacche di illegalità.

Non è merito nostro, ma del regolatore italiano, ossia il Ministero dell'economia e i Monopoli di Stato, l'aver compiuto uno straordinario lavoro per sottrarre all'illegalità e alla non regolazione una fetta molto importante dell'economia nazionale, eliminando una situazione non degna di un Paese evoluto e moderno come il nostro.

Questo, secondo noi, ha determinato due tipi di vantaggi, il primo dei quali a favore del consumatore finale. Il giocatore italiano fino a qualche anno fa aveva, da una parte, una significativa offerta di giochi non legali, non regolamentati e quindi oggettivamente pericolosi e, dall'altra parte, un'offerta più limitata di giochi regolamentati. A oggi, invece, la parte non legale è stata significativamente ridotta grazie all'opera dei Monopoli dello Stato e il consumatore finale beneficia di un'offerta di giochi strettamente regolata, spesso anche nei più piccoli dettagli.

Si è inoltre contribuito a far venire alla luce una parte dell'economia prima sommersa. C'erano aziende che non pagavano tasse e non assumevano personale, se non in nero, non c'erano versamenti all'erario e non c'erano investimenti, tutte cose che in questi anni si sono prodotte e oggi sono una realtà. Il settore del gioco, dal nostro punto di vista, ma anche sulla base dei dati di cui disponiamo, è oggi per la stragrande maggioranza regolare e trasparente e offre divertimento ai giocatori finali.

Fatta questa premessa, devo dire che una parte del settore non è come noi vorremmo perché riguarda giocatori problematici, ossia quelli che giocano in modo eccessivo. Stiamo misurando questo fenomeno, come è nostro dovere fare, e, in base alle stime delle università e degli esperti di primaria importanza che abbiamo consultato, riteniamo che la percentuale dei giocatori potenzialmente problematici sia inferiore all'1 per cento.

Si tratta di una percentuale non elevata in termini assoluti, ma che nondimeno, deve essere ulteriormente ridotta. La nostra presenza qui vuole servire, da un lato, a dare un contributo di informazione, dall'altro, a manifestare la nostra disponibilità a collaborare all'ulteriore riduzione delle residue problematicità del settore. Come Sisal stiamo già facendo molto. Non elencherò le nostre iniziative perché non è questo l'obiettivo, ma siamo impegnati a contenere e a sostenere i giocatori che eccedono nel gioco con il nostro programma di responsabilità sociale. È un

atto formale che pubblichiamo ogni anno e sul quale ci impegniamo e investiamo.

Al di là di questo, vorrei garantire che il nostro impegno per il futuro, anche in misura superiore a quanto è stato fino a oggi, va nella direzione di far sì che il gioco in Italia diventi sempre più un divertimento e un pilastro importante dell'economia e sempre meno un fenomeno che scade nella problematicità. Da questo punto di vista, abbiamo due suggerimenti: il primo è quello di approfondire le analisi. Secondo noi, la qualità e la quantità dei dati disponibili non è sufficiente. Esiste tutta una serie di analisi, che sicuramente conosceranno anche i *competitor* delle altre aziende, ma è ancora un'area su cui bisogna indagare. So che anche voi state compiendo uno sforzo in questo senso e avete tutta la nostra disponibilità, se necessario, a contribuire alla definizione dei numeri e delle caratteristiche di questi giocatori potenzialmente o effettivamente problematici.

Il secondo suggerimento è quello di contribuire a far sì che il sistema di norme e di regolamentazioni sia ancora più efficace di quello attuale. In Italia abbiamo l'abitudine di guardare più alle cose che non vanno che a quelle che funzionano, e devo dire che, anche leggendo il programma dell'indagine conoscitiva che state svolgendo, ho notato che i problemi del settore sono stati molto evidenziati, forse in maniera anche superiore alla realtà. Tuttavia, a livello internazionale, organizzazioni indipendenti ritengono che il mercato italiano sia tra quelli meglio regolati al mondo e spesso, quando si è trattato di aprire le giocate *on line* in altri Paesi, sono venuti a studiarci, come nel caso dei francesi.

I Monopoli di Stato e il Ministero dell'economia e della finanza hanno fatto certamente un buon lavoro. Noi vogliamo contribuire a farne uno migliore e siamo quindi disponibili a collaborare, se voi ce lo chiederete e se potrà essere utile, per regolamentare il settore in maniera ancora più dettagliata ed efficace.

Cito, ad esempio, la pubblicità, laddove si parla di limitazioni e di divieti. Credo

che sia un tema molto importante e delicato. Sicuramente si possono fare passi avanti nel senso di regolare meglio il contenuto e le modalità della comunicazione, però vietare la comunicazione e la pubblicità significa danneggiare il consumatore finale, non informarlo e fare passi indietro rispetto alla separazione tra gioco non legale e gioco legale e regolamentato, senza dimenticare che aver fatto dei grandi passi avanti nel regolare il gioco non significa che non si possa tornare indietro. È una battaglia che va combattuta quotidianamente.

Siamo invece meno d'accordo, e spesso ci dispiace partecipare e ascoltare certi tipi di dibattito, quando si utilizza il settore del gioco in maniera demagogica e spesso disinformativa. Riteniamo che questo sia un danno per il consumatore finale e soprattutto per l'economia del settore e del Paese.

Grazie per l'attenzione.

RENATO ASCOLI, *Direttore generale della Lottomatica*. Trovandomi d'accordo con quanto ci ha appena riferito il dottor Petrone a proposito delle condizioni generali del settore, mi limiterei a una breve illustrazione dei documenti che abbiamo ritenuto di sottoporre all'attenzione della Commissione.

Un primo blocco di documenti si connette in qualche maniera al bilancio sociale di Lottomatica. Ricordo che i concessionari, su impulso dei Monopoli di Stato, sono invitati a mettere a punto strumenti di analisi e di intervento sul mondo del gioco a protezione delle fasce più deboli, dai minori ai giocatori potenzialmente dipendenti.

Siamo in una fase, che correttamente il collega Petrone definisce ancora in evoluzione, in cui ci sono forme più o meno avanzate di sperimentazione. Siamo però tutti pronti a mettere a disposizione le misure che abbiamo realizzato per farle diventare minimo comune denominatore o addirittura norma, come avvenuto di recente per alcune regole riguardanti il gioco *on line*.

Il primo documento che ho il piacere di lasciare all'attenzione della Commissione, come dicevo, è il bilancio sociale, che Lottomatica redige dal 2007 senza che nessuno ce l'abbia mai imposto. Pensiamo che sia un modo piuttosto efficace di sottoporre a un *audit* esterno i comportamenti che un'azienda decide di praticare. Abbiamo scelto lo *standard* denominato *global reporting initiative* (GRI), che definisce 150 parametri e indicatori su cui misurare l'attenzione al sociale di un'azienda. Possono essercene altri, ma pensiamo che questo possa essere di qualche utilità.

Attraverso le indicazioni che troverete in questi bilanci, vedrete non soltanto quali certificazioni Lottomatica abbia ottenuto, ma anche i parametri su cui si può cominciare a costruire la rappresentazione dell'attenzione al sociale di un'azienda.

Una componente importante è quella del gioco responsabile, cioè un approccio che organizza tutte le aziende in maniera tale da limitare i casi in cui un giocatore si espone al gioco in maniera sbagliata, eccessiva e potenzialmente compulsiva. Troverete qui un'ampia gamma di informazioni su questo ambito.

In particolare, vorrei preliminarmente evidenziare che le aziende come Lottomatica, Sisal, Snai e Gamenet, che sono oggi qui rappresentate, non hanno un interesse divergente rispetto ai temi di tutela delle fasce protette. La maggior parte, se non la totalità, dei concessionari legali in Italia ha prospettive di permanenza nel settore di medio-lungo periodo. La possibilità di avere una crescita equilibrata poggia unicamente su un uso dosato e cauto nel tempo del rapporto col gioco.

Al tempo stesso trova ragion d'essere nella continua ricerca di erodere la restante fetta di gioco illegale che tuttora persiste nel nostro mondo. Ci sono ancora elementi di distorsione competitiva. Alcuni operatori non nazionali operano in Italia senza licenza e a tutti gli effetti non sono titolari di una concessione dello Stato italiano. Mi riferisco, nel mondo *on line*, a soggetti che operano su domini.com, non

disciplinati strettamente dalla normativa italiana, o a operatori totalmente illegali.

Tutela del consumatore, tutela del buon rapporto con il gioco e lotta all'illegalità sono elementi su cui troverete sempre alleati non soltanto i Monopoli di Stato, per ragioni istituzionali, ma tutti i concessionari che operano in questo settore.

Venendo allo specifico tema del gioco responsabile — come impone l'approccio che suggerivo, ossia quello di una certificazione rilasciata da terzi —, la prima necessità è la misurazione del fenomeno per avere la possibilità di identificare forme anche rischiose di approccio al gioco e misurarle nel tempo così da poter monitorare l'efficacia delle azioni che i Monopoli e i concessionari mettono in atto.

Da questo punto di vista, ho pensato di proporvi una valutazione terza in quanto formulata dall'Università di Roma «La Sapienza», che dispone di un Centro interuniversitario di ricerca sulla genesi e sullo sviluppo delle motivazioni prosociali e antisociali. Si tratta dello studio del professor Claudio Barbaranelli compiuto nel 2010. Lo stesso autore aveva già compiuto un analogo studio nel 2008. Nel 2012 verrà reso disponibile l'aggiornamento.

Questo studio contiene la definizione di gioco potenzialmente problematico. Come sapete, la patologia non può che essere riscontrata da uno psicologo. Quello che questi ricercatori possono fare è identificare i comportamenti che tipicamente evidenziano un'area di rischio. Questo è ciò che si misura e su cui si può incidere. Lo studio stima intorno all'1 per cento la percentuale di popolazione adulta che in Italia fornisce indicazioni di gioco potenzialmente problematico. Altri istituti di ricerca, come il CNR, rilevano una percentuale leggermente inferiore, che si aggira intorno allo 0,8 per cento.

La cosa più importante è che questa ricerca individua la natura della patologia e i comportamenti dei giocatori potenzialmente problematici. Tendenzialmente questi soggetti mostrano un'esposizione a dipendenze di varia natura, non soltanto legate ai giochi, con la tendenza a non distinguere da gioco a gioco ma ad avere

un approccio onnivoro. In generale hanno comportamenti riconducibili a caratteristiche anche familiari.

Le ragioni psicologiche che sembrano alimentare questa natura sono spesso legate a forme di non conoscenza o meglio di errata interpretazione delle reali probabilità di accedere alla vincita. Il professor Barbaranelli identifica questa come un'area di possibile lavoro e intervento per esorcizzare il rischio di una dipendenza molto forte nei confronti di aspettative illusorie.

Riallacciandomi a quanto affermato dal dottor Emilio Petrone, anche noi riteniamo che il punto nodale non sia vietare o consentire la pubblicità. La pubblicità può dare spunto anche all'eliminazione delle false aspettative che a volte si creano attorno ai giochi in Italia. La proposta che il dottor Passamonti illustrerà tra breve è quella di capire come la pubblicità possa essere messa al servizio di una sana comunicazione, che cancelli i «fantasmi» e le percezioni non razionali nell'approccio dei giocatori al gioco.

Suggerirei di guardare con attenzione e valutare un altro documento, che penso il dottor Passamonti stia per illustrare. I concessionari e Confindustria stanno infatti cercando di proporre regole affinché la comunicazione possa diventare un ulteriore strumento, oltre ai tanti che già esistono e che troverete descritti nei documenti relativi al bilancio sociale e al gioco responsabile che abbiamo consegnato alla Commissione, per rafforzare l'efficacia di un'azione congiunta sulla limitazione dei rischi del gioco problematico.

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE CARLO CICCIO

STEFANO BORTOLI, *Amministratore delegato della Snai*. È un piacere essere qui per contribuire a soddisfare le esigenze conoscitive espresse nel programma dell'indagine conoscitiva che abbiamo ricevuto unitamente all'invito a questa audizione. Vorrei partire da una breve osservazione, che ritengo necessaria dopo la

lettura di tale programma, per fornire una serie di riferimenti molto interessanti per descrivere il contesto nel quale noi concessionari di Stato operiamo.

Si parla correttamente della crescita del gioco, passato dal 2002 al 2010 da 17 a 61 miliardi di euro. La crescita delle giocate è stata per la gran parte determinata dall'emergere delle pratiche in precedenza illegali, alle quali faceva riferimento il dottor Petrone, in esito alle decisioni prese dal legislatore. Un gioco controllato e lecito offre sicuramente tutele ai giocatori, ma in generale alla comunità intera.

Al di là del volume delle giocate, credo sia interessante considerare la vera spesa effettuata dai giocatori. A fronte dei 61 miliardi di euro, in Italia nell'anno 2010 i giocatori hanno speso un importo nettamente inferiore, che si aggira intorno ai 17 miliardi di euro. Questo misura effettivamente la spesa dei giocatori in Italia. Tale spesa di 17 miliardi costituisce un'industria che nel corso degli anni ha garantito un'occupazione a numerose famiglie ed è potuta crescere in funzione di alcune decisioni, prese, come dicevo, dal legislatore italiano anche per contrastare la presenza di operatori illegali sul territorio.

Una delle ultime decisioni è stata quella di regolamentare il gioco a distanza mediante Internet, in precedenza offerto ai giocatori italiani attraverso i domini *.com* senza regole, regole che noi concessionari italiani siamo obbligati a seguire per gli impegni che assumiamo al momento stesso in cui sottoscriviamo la concessione. Tali impegni hanno diverse sfaccettature, tra cui l'obbligo di indicare a tutti i giocatori che il gioco è vietato ai minori di 18 anni e di esporre tutti i marchi di tutela e garanzia prescritti dai Monopoli di Stato.

I miei colleghi in precedenza hanno potuto testimoniare lo sforzo che individualmente stiamo cercando di compiere per comprendere i comportamenti dei giocatori, individuare le eventuali aree di rischio e stabilire se la ludopatia, della quale si parla in maniera estesa in di-

versi ambiti, interessi un *cluster* di giocatori numericamente rilevante a livello nazionale.

Lo sviluppo di fenomeni di dipendenza deriva da incentivi personali, dovuti al carattere, alla personalità, alla condizione economica e sociale di ciascun giocatore. Vi sono poi incentivi ambientali e di contesto. Relativamente agli incentivi di contesto, noi concessionari rappresentiamo la migliore garanzia perché rispettiamo le regole indicate dall'autorità di vigilanza italiana.

Abbiamo cominciato individualmente, attraverso analisi che non abbiamo condiviso a livello di settore, a tentare di misurare la portata del fenomeno, confrontando il gioco con altre patologie compulsive. Nella scala di valori che SNAI ha potuto determinare attraverso il proprio osservatorio, avvalendosi dei dati della Società italiana di intervento sulle patologie compulsive e dell'Istat, l'esposizione al fenomeno della ludopatia risulta importante ma di minore rilevanza se confrontato con altre dipendenze quali l'abuso di alcol, la tanoressia, il fumo compulsivo, la dipendenza dal *web*, le tossicodipendenze eccetera, di minore rilevanza.

Questo non ci ha indotto a considerare di minore importanza la patologia di cui parliamo e ha invece determinato progressivamente una maggiore attenzione da parte nostra. Come ricordava il dottor Ascoli, abbiamo cominciato a condividere alcune idee di programma da attuare rapidamente per creare, a maggior tutela dell'ente concedente, una sorta di codice di autodisciplina in alcuni ambiti di questa materia per noi particolarmente importanti.

MASSIMO PASSAMONTI, *Presidente della Federazione sistema gioco Italia*. Non vi nascondo che vorrei approfittare dell'occasione che la Commissione ci offre per puntualizzare alcuni aspetti. Non ritengo corretto — come invece emerge in più punti del programma dell'indagine conoscitiva deliberata da questa Commissione — rappresentare il settore del gioco in modo negativo al 99 per cento e positivo

all'1 per cento. Io credo esattamente il contrario e cercherò di dimostrarlo in questi pochi minuti.

Il settore del gioco è al 99 per cento positivo e, probabilmente, nell'1 per cento di negatività del settore rientrano i problemi che possono determinarsi a causa della situazione limite dei soggetti che hanno un rapporto problematico con il gioco.

L'indagine conoscitiva che la Commissione sta conducendo richiama l'espressione gioco d'azzardo. A questo proposito vorrei ricordare che l'unica espressione riconosciuta dalla Repubblica italiana rispetto al gioco è contenuta nel decreto legislativo 14 aprile 1948, n. 496, approvato dal Parlamento, che parla di disciplina dell'attività di gioco. L'articolo 1 recita così: «L'organizzazione e l'esercizio di giuochi di abilità e di concorsi pronostici, per i quali si corrisponda una ricompensa di qualsiasi natura e per la cui partecipazione sia richiesto il pagamento di una posta in denaro, sono riservati allo Stato».

Parliamo, quindi, di materia riservata allo Stato, che viene concessa in esercizio ai privati attraverso un contratto di concessione, di per sé contenente tutte le caratteristiche della traslazione dei pubblici poteri. Parliamo di gioco e non di gioco d'azzardo. Al di là delle parole, ci sarebbe anche da discutere sulla criticità del gioco d'azzardo, ma è inutile entrare adesso in questo argomento. Mi soffermo, quindi, solo sui concetti di gioco e di gioco pubblico.

Nel 2003 il Senato della Repubblica ha svolto per oltre un anno un'indagine conoscitiva sul settore dei giochi con il coinvolgimento della Guardia di finanza, della Commissione antimafia e di tutti gli altri organismi di polizia e controllo che si occupavano del settore, stimando una raccolta di gioco illegale pari a circa 30-40 miliardi di lire, che attualizzati restituiscono una cifra pari a circa 20 miliardi di euro di movimento di gioco illegale e completamente escluso da forme di con-

trollo per quanto riguarda la sicurezza, le modalità di accesso al gioco e la tutela del cittadino.

In Italia è stata compiuta la più grande operazione di legalizzazione del gioco al mondo e mi dispiace che ci si vergogni di questo. I risultati non sono quelli riportati da una certa letteratura che sta diventando troppo invadente su questi argomenti e che utilizza leve e riferimenti che non hanno alcuna pertinenza con ciò che è accaduto realmente in Italia in questi dieci anni.

Come si ricordava negli interventi precedenti, il giocato effettivo degli italiani è costituito non dai circa 60 miliardi di movimento di gioco realizzati in Italia nel 2011, bensì dai 17,8 miliardi che gli italiani hanno effettivamente giocato. Al netto del cosiddetto *pay out*, cioè la percentuale che ritorna ai giocatori, è interessante definire tale spesa. Di questi 17,8 miliardi di euro, 9,3 miliardi tornano allo Stato e corrispondono a un terzo della spesa per la pubblica sicurezza in Italia e ammontano esattamente a quello che lo Stato spende per la tutela ambientale. Vorrei sottolineare ai commissari che cosa significherebbe una riduzione di 9,3 miliardi di erario in termini di onere aggiuntivo sulle tasse degli italiani.

Dal punto di vista della spesa, 17 miliardi divisi per una platea di giocatori potenziali pari a circa 30 milioni di persone — credo infatti che sia scorretto considerare tutti i cittadini, da zero a cento anni — danno una spesa pro capite annua di circa 600 euro. Questi 600 euro, divisi per i giorni dell'anno, danno una spesa di quasi 2 euro al giorno. Questo è quanto spende il cittadino italiano per il gioco. Chi spende molto più di 1 euro, a nostro avviso, come di Confindustria, rientra ovviamente in quell'1 per cento di rappresentazione negativa del settore.

Mi piace sottolineare inoltre che la spesa per il gioco è coerente con un tasso di inflazione al 3 per cento. È il Censis a dirlo, non Confindustria né gli operatori singolarmente presi. La spesa per il gioco è dunque in linea, se non addirittura inferiore, all'aumento dell'inflazione regi-

strato nel Paese. Non c'è, dunque, un incremento della propensione al gioco determinata dalle situazioni di crisi che purtroppo da qualche anno interessano il nostro Paese.

Il dottor Ascoli ricordava che uno dei primi atti che abbiamo compiuto nel contesto delle responsabilità che ci siamo assunti associandoci a Confindustria e aderendo al suo codice etico è stato portare a compimento la redazione di un codice di autoregolamentazione per la pubblicità. Riteniamo, infatti, che questo sia uno strumento fondamentale per migliorare la comunicazione, ma soprattutto intendiamo fissare regole di comunicazione dei nostri prodotti, consapevoli che l'argomento è delicato e che non vendiamo caramelle.

Con questa consapevolezza abbiamo aderito a Confindustria e cogliamo sempre occasioni come quella odierna per essere protagonisti di un confronto con le istituzioni mirato a rafforzare ancora di più il presidio delle situazioni di criticità che possono determinarsi. Ci tengo a sottolineare che il nostro sforzo potrà dare risposte positive solo se si realizza un confronto proficuo. Non credo che approcci ideologici possano produrre interventi utili.

Abbiamo registrato con soddisfazione l'inserimento da parte del Governo, all'articolo 16 del disegno di legge delega fiscale, approvato lunedì in Consiglio dei ministri, di un capitolo speciale per quanto riguarda l'adozione di misure volte a contrastare fenomeni come quello oggetto di questa indagine conoscitiva. Abbiamo salutato con soddisfazione questa occasione che si è presentata e riteniamo che si possa arrivare a un confronto in grado di determinare soluzioni efficaci per contrastare quella fascia di rischio che esiste e che, se anche fosse molto inferiore all'1 per cento, rappresenterebbe comunque un problema per gli operatori del settore. È evidente che ne subirebbero un danno non soltanto la buona comunicazione e la buona pubblicità, ma anche lo stesso valore industriale che il settore del gioco rappresenta per il nostro Paese.

Per questo, come Confindustria, vi ringraziamo per l'occasione che ci avete offerto e speriamo di poter pervenire a soluzioni condivise in un clima di effettiva collaborazione e non soltanto di riconoscimenti formali.

EZIO FILIPPONE, *Presidente della Gamenet*. Parlare alla fine presenta qualche vantaggio perché il contesto è stato delineato e i numeri sono stati rappresentati. Oltre a consegnare il documento che abbiamo preparato, mi limito a esprimere alcune considerazioni riguardo al tema specifico, cercando di restringere il campo.

La sicurezza del sistema, la sicurezza degli apparecchi *new slot* VLT, l'impiego della rete delle *new slot*, gli ambienti dedicati, i controlli e infine le scelte del concessionario possono essere in sintesi posti alla base del modo in cui il concessionario può affrontare il tema della ludopatia. La sicurezza rimane al primo posto nell'offerta del gioco pubblico e costituisce un principio fondamentale di prevenzione verso quei comportamenti problematici e ludopatici che si manifestano prevalentemente in un contesto carente di regole e di controlli.

Gioco legale e ludopatia sono tra loro collegati e spesso il primo è causa del secondo. Per questo motivo, l'obiettivo fondamentale del legislatore, come diceva il dottor Passamonti, nel 2003 è stato quello di stabilire un quadro regolatorio ben definito. La sicurezza del gioco pubblico è esigenza che si manifesta principalmente nel rapporto diretto uomo-macchina, come nel caso degli apparecchi da intrattenimento del gioco via *internet*, che insieme costituiscono il 70 per cento della raccolta complessiva.

I pilastri fondamentali della sicurezza riguardano gli apparecchi *new slot*. Oggi sul mercato sono installate 350.000 *new slot* di seconda generazione, con una *smart card* che trasmette messaggi criptati sul funzionamento dell'apparecchio al sistema di controllo AAMS — Sogei. È in progettazione presso AAMS una terza generazione di apparecchi con doppia *smart*

card, tutto nella direzione di una maggiore sicurezza e della *new slot*, rendendole non modificabili e riducendo, quindi, le possibilità di malfunzionamento e manomissioni.

Le nuove *videolottery* — è il prodotto più sicuro — sono sistemi *on line* in *real-time*, l'erogazione del gioco è in rete e la certificazione riguarda l'intero sistema costituito dai sistemi centrali (rete, apparecchi e terminali). Il livello di sicurezza delle VLT è, quindi, molto elevato in quanto dotato di sofisticati *software* di controllo. Ogni sistema informatico, come si sa, può essere violato. L'obiettivo è quello, però, di elevare al massimo il livello di difficoltà.

Il principio del collegamento in rete delle *new slot* per la lettura quotidiana dei contatori costituisce un ulteriore livello di sicurezza, oggi imitato da molte giurisdizioni in Europa e nel mondo, anche perché tale collegamento consente di commisurare il prelievo erariale alla reale raccolta del gioco.

Per quanto riguarda gli ambienti, la VLT di recente introduzione ha definito l'ambiente di gioco, il luogo dove gli uffici periferici di AAMS verificano l'idoneità, il numero massimo degli apparecchi, il controllo sui minori, la tipologia e le dimensioni. Questo è il risultato più rilevante nell'evoluzione del sistema.

In aggiunta ai controlli automatici via rete, che sono in grado di bloccare gli apparecchi non conformi, i controlli sul campo rimangono un efficace deterrente contro ogni forma di irregolarità. I concessionari o il negozio di gioco nulla possono fare di fronte a massicce azioni irregolari. I dati pubblicati dalla Guardia di finanza riguardano 3.746 apparecchi su 350.000: l'1 per cento del parco macchine nel 2011, e il dato non cambia con riferimento ai controlli più recenti. Vi è ferma la necessità di contrastare ogni irregolarità. L'1 per cento può essere considerato una percentuale fisiologica.

Oltre a questi elementi, che costituiscono la base della sicurezza, vorrei segnalare il ruolo dei concessionari nella prevenzione dei comportamenti problema-

tici, ruolo che assume particolare rilevanza nell'assistenza ai giocatori contro le dipendenze e le situazioni patologiche. A questo proposito, le scelte del concessionario devono riguardare innanzitutto una gestione severa della sala da gioco, con l'obiettivo non solo di vigilare, ma soprattutto di non abbandonare mai i giocatori, di accompagnarli con una continua presenza.

Gamenet ha già sviluppato da qualche anno l'iniziativa di un percorso formativo, investendo molto sulla formazione e l'addestramento del personale addetto alle sale periferiche, al fine di assicurare comportamenti orientati all'assistenza ai giocatori e alla diffusione delle regole del gioco lecito.

Ad esempio, negli apparecchi VLT è presente una funzione, attivabile dal giocatore, di auto-limitazione del tempo di gioco e del denaro da introdurre. Si tratta di una misura sicuramente efficace di autoregolazione, ancora oggi poco conosciuta e che viceversa dovrebbe essere maggiormente pubblicizzata in sala. Ricordo che la legge n. 88 del 2009 (legge comunitaria per il 2008) ha previsto, per la regolazione del conto di gioco *on line*, l'autorizzazione obbligatoria di ricarica del conto di gioco e l'anagrafe dei conti di gioco per l'eventuale identificazione del giocatore.

La scelta da parte del giocatore, al momento dall'apertura del conto, di definire i propri limiti di spesa settimanale e mensile costituisce un positivo strumento di autoregolazione, ma risolve solo in parte il problema. Per quanto riguarda Gamenet, questa concessionaria ha adottato autonomamente un provvedimento che fissa un valore massimo di ricarica mensile del conto di gioco, impedendo così al giocatore di perdere oltre il limite che la concessionaria definisce come ragionevole.

Con l'adozione di questa misura, Gamenet opera certamente contro i propri interessi economici, in un mercato molto competitivo che non pone limiti alle ricariche dei conti di gioco, ma sicuramente agisce in linea con il proprio indirizzo

etico a tutela dei giocatori. È un punto di partenza nella direzione, indicata anche dai colleghi, di una maggiore collaborazione per definire metodi, sicurezza e politiche di contenimento.

Io penso che su questo tema e sulle nostre iniziative il legislatore e il regolatore abbiano materia di riflessione, trattandosi di un campo delicatissimo dove, da un lato, ogni forma di limitazione del gioco legale può stimolare la sempre presente offerta illegale. Dall'altro, rimane però l'esigenza fondamentale di tutelare i giocatori, contrastando i comportamenti errati e la ludopatia.

Infine, sempre su questa linea, Game-net darà impulso, attraverso la Fondazione Unigioco, alla promozione di iniziative orientate alla definizione di regole tecniche per lo sviluppo di sistemi che permettano di intervenire in tempo reale sulle azioni dei giocatori e favorire il gioco responsabile attraverso tecnologie configurabili con i protocolli delle piattaforme di gioco. Come vedete, c'è materia per un riordino della normativa.

I concessionari sono già attivi sul fronte della conoscenza del problema e delle analisi più o meno sofisticate, ma anche delle iniziative concrete, e mi è stato gradito segnalarlo a questa Commissione.

PRESIDENTE. Do ora la parola ai colleghi che intendano porre quesiti o formulare osservazioni.

LUCIANA PEDOTO. Ho ascoltato attentamente tutti gli interventi, ma la mia domanda si riferisce a un aspetto toccato dalle relazioni dei rappresentanti di Sisal e di Lottomatica.

È stato citato il dato dell'1 per cento come stima del fenomeno del gioco patologico. Vorrei avere conferma di questo e sapere se il parametro di riferimento è la popolazione italiana ovvero la popolazione dei giocatori.

La seconda domanda riguarda lo studio dell'Università « La Sapienza » compiuto dal professor Barbaranelli. Vorrei sapere, in particolare, come si è arrivati all'iden-

tificazione di quel numero. Si tratta di una proiezione, di una stima o di un'osservazione?

È teoria o pratica?

ANDREA SARUBBI. Chiedo scusa per il ritardo con il quale sono arrivato.

Poiché tra i presenti non c'è il responsabile *marketing* di Sisal, il dottor Matteo Sala, rivolgerò ai vertici della società la mia domanda, che è incentrata sullo spot « Lasciateci sognare ».

È uno spot che abbiamo sentito tutti più volte e che immagino abbia richiesto un discreto esborso monetario, visto il ripetuto passaggio sulle televisioni nazionali. Quando si parla di entrate e uscite per lo Stato, credo che debba essere messa in conto anche la spesa per la pubblicità.

Lo spot recita testualmente: « Lasciatemi sognare con la schedina in mano. Vorrei una vigna per produrci il vino. Io sogno un parco per il mio bambino. Di un grande film sarò il produttore, voglio *champagne* ghiacciato a tutte le ore. Darò ai miei figli un futuro splendente. Della mia squadra farò il presidente. Con un sistema in ricevitore si sistema la mia compagnia. Un milione a Giulio, un milione a Maria. Voglio fondare la mia scuderia. Faccio una follia, ti prendo e ti porto via. Lasciatemi sognare con la schedina in mano. Lasciatemi sognare, sono un italiano ».

Alla presentazione di questa campagna il dottor Sala affermava: « Con questa nuova campagna di comunicazione abbiamo voluto dar voce al piacere del sogno nella sua dimensione aspirazionale. Un film coinvolgente di ampio respiro, che trova la sua grandezza in un affresco corale dell'Italia e dei suoi sogni. Far cantare agli italiani i propri desideri è un modo per celebrarli. Superenalotto riesce sempre a far sognare in grande ».

Io credo, da membro della Commissione affari sociali, che questo spot produca per l'Italia un danno culturale fortissimo. Come ripeto, mi sarebbe piaciuto sentire il responsabile *marketing* perché gli avrei chiesto in che modo il gioco riesca a far sognare. Credo che sia contrario a

tutto quello che la scuola e le agenzie educative insegnano alle persone, cioè l'impegno per ottenere risultati.

Io apprezzo la disponibilità del dottor Petrone a cambiare alcune pubblicità, anche se non a vietarle, ma per altre tipologie di prodotto che possono indurre dipendenza — voi stessi avete citato l'alcol e il fumo — i controlli sulla pubblicità sono certamente maggiori di quanto non avvenga per il gioco d'azzardo.

Se non vi piace il termine azzardo, chiamiamolo in altro modo, anche se, secondo me, c'è grande differenza tra un gioco di abilità come le scommesse calcistiche, che richiedono un minimo di abilità personale e di conoscenza del contesto e in cui l'alea è certamente ridotta, e il Superenalotto. Sappiamo che è altamente improbabile fare 6 e che è invece più facile essere colpiti da un fulmine per strada. Tuttavia questo, purtroppo, la pubblicità non lo dice e il messaggio che passa è completamente diverso.

Vorrei chiedere al dottor Petrone o a chi per lui di darci spiegazioni su questa campagna pubblicitaria e dirci se questa sarà la linea della Sisal per il futuro.

ANNA MARGHERITA MIOTTO. Ringrazio anch'io gli ospiti per essere intervenuti a questa audizione. Non posso comunque non rilevare che i primi interventi, oltre alla difesa d'ufficio, hanno tentato di dimostrare che tutto sommato il problema non esiste, anzi è totalmente marginale, al punto tale che gli approcci sarebbero ideologici.

Questa è la Commissione affari sociali e se abbiamo condotto questa indagine conoscitiva è per la semplice ragione che ci sono persone malate che devono essere curate a carico della sanità pubblica, per la quale dobbiamo pagare le tasse. È vero che ci sono 9 miliardi di introiti per l'erario, ma ce ne sono 60 che escono dalle tasche dei cittadini e che potrebbero essere utilizzati in maniera diversa.

Non penso che si possa affrontare un problema serio come questo cercando di nascondere la verità. Nessuno vuole proibire il gioco in Italia, ci mancherebbe. Noi

ci preoccupiamo del gioco patologico e le tecniche, la pubblicità, le misure fiscali, la diffusione dei giochi, le stesse modalità organizzative oggi esistenti in verità non ci mettono al riparo dal rischio del gioco patologico.

Poiché dobbiamo individuare misure efficaci per fare prevenzione e non semplicemente per curare i malati, è importante sapere dai concessionari se abbiano messo in campo non gli strumenti più idonei per aumentare le giocate, ma per evitare la patologia. Questo, al di là della preoccupazione di giustificare la situazione attuale, non l'ho sentito se non in piccolissima parte nell'intervento del dottor Filippone. Questa audizione per essere efficace ha bisogno di una integrazione. Probabilmente nella documentazione che avete depositato troveremo anche tali suggerimenti.

Accanto a ciò, saranno naturalmente molto utili anche le risposte ai quesiti posti dal collega Sarubbi.

PRESIDENTE. Do la parola ai nostri ospiti per la replica.

EMILIO PETRONE, *Amministratore delegato della Sisal*. Vorrei rispondere alle domande dell'onorevole Sarubbi e, almeno per la parte di mia competenza, a quelle dell'onorevole Miotto.

Onorevole Sarubbi, prendo atto che la campagna di comunicazione *Lasciateci sognare* non le sia piaciuta. Non pretendiamo naturalmente che piaccia, però tenevo a sottolineare il fatto che, essendo concessionari dello Stato, siamo un braccio operativo dello Stato. In qualità di concessionari, dunque, ci impegniamo a rispettare e a far rispettare le regole. Questo è il nostro vero ruolo. La creatività dei pubblicitari può dare esiti migliori o peggiori, può piacere o non piacere. È un fatto molto soggettivo.

Non solo rispettiamo le regole sulla maniera in cui vengono realizzate e sul messaggio delle campagne pubblicitarie, ma Sisal si è data regole ulteriori per fare in modo che questi messaggi non stimolino a giocare in maniera errata. Non comu-

nichiamo parlando, ad esempio, dei numeri o dando probabilità di gioco che non siano realistiche o facendo leva sulla superstizione e cose di questo genere.

Come lei sicuramente sa, tutte le nostre comunicazioni sono vagliate e approvate formalmente dai Monopoli di Stato. Non possiamo, quindi, fare una campagna di comunicazione che non sia condivisa e approvata anche dal nostro regolatore. Queste sono le regole a cui ci sottoponiamo. Molti invece non sanno che in molte concessioni, tra cui quella per il Superenalotto, la quantità di pubblicità non è determinata liberamente dal concessionario, bensì è stabilita nella concessione stessa. È fissato un minimo che va investito ogni anno e a quello ci dobbiamo attenere.

Abbiamo, quindi, un obbligo, violando il quale perderemmo il diritto di essere concessionari. Questi obblighi derivano da norme dello Stato e da regole dei Monopoli dello Stato, e non possiamo cambiarle autonomamente. Credo che queste informazioni siano importanti per dimostrare che il nostro modo di operare non è né leggero né tanto meno discrezionale.

Il rispetto delle regole dello Stato è rigoroso, ma nel caso di Sisal — mi fa piacere poter condividere con lei e con la Commissione ciò — le regole sono rese più rigide da un codice di autodisciplina interno non obbligatorio. Sono il primo a dire che si può fare meglio. Ho già detto che c'è piena disponibilità a discutere e a condividere con voi metodi per migliorare il nostro lavoro e la comunicazione verso i consumatori. È una delle proposte che ho specificato alla fine del mio intervento. Non c'è assolutamente chiusura da parte nostra.

All'onorevole Miotto vorrei dire che non ho negato il problema e non lo voglio negare. Non vorrei nemmeno che venisse utilizzato in maniera distorta. Il mio lavoro, da concessionario dello Stato, è quello di rappresentare i fatti e non le opinioni. Come ho detto, i fatti dimostrano che il fenomeno esiste e questo non va bene. Su questo sono d'accordo con lei e mi pare che i miei colleghi abbiano affermato la stessa cosa.

Noi non vogliamo che il fenomeno esista. Lo combattiamo tutti i giorni, rispettando le regole e cercando anche di fare qualcosa in più. Tuttavia, anche la relazione che abbiamo ricevuto dà al lettore l'impressione che il 99 per cento del settore sia problematico, quando la realtà è che il 99 per cento del settore è sano e c'è una percentuale minima, ma comunque non accettabile, su cui occorre intervenire.

Noi siamo disponibili a farlo in tutti i modi ragionevoli che si possono sviluppare.

RENATO ASCOLI, *Direttore generale della Lottomatica*. Chiedo scusa se nella fretta dell'esposizione non sono riuscito a dare il senso della profondità e dell'ampiezza degli interventi e dell'analisi.

Cercherò di rispondere brevemente alle domande poste e, comunque, troverete ampia soddisfazione nella documentazione che abbiamo lasciato. Per quanto riguarda la ricerca condotta dall'Università « La Sapienza » di Roma si tratta di uno studio compiuto su una base campionaria di circa 2.000 persone, intervistate più volte. Sono stati adottati due strumenti utilizzati dall'Organizzazione mondiale della sanità per identificare le forme di problematicità nella relazione con i giochi. Nell'imbarazzo di scegliere tra l'una e l'altra metodologia, sono state utilizzate entrambe in modo da avere una migliore rappresentazione.

I numeri in valore assoluto che identificano le aree di problematicità sono nell'ordine del mezzo milione di persone. A seconda dei casi, corrispondono all'1 per cento, se rapportate alla popolazione adulta, e all'1,7 per cento, se rapportate a quelli che noi stimiamo essere i giocatori, cioè circa 28 milioni di persone secondo dati Eurisko. Come ripeto, al di là del denominatore, quello che ci preoccupa come cittadini, prima ancora che concessionari, è la dimensione del fenomeno. Mezzo milione è un valore importante.

Nella documentazione troverete anche dei riferimenti internazionali. Noi guardiamo soprattutto all'esperienza del Regno Unito, perché la percentuale in tale Paese è dello 0,5 per cento. Non guardiamo a

Danimarca, Svizzera o altri Paesi, dove queste percentuali arrivano fino al 3, al 4 e a volte al 6 per cento. L'obiettivo è quello di misurare non per nascondere, ma per migliorare. Qualunque sia il punto di partenza, l'approccio corretto non è quello di non ritenersi mai soddisfatti, ma ampiamente insoddisfatti del risultato ottenuto per migliorarlo anno dopo anno, azione dopo azione.

Lascio agli atti della Commissione il programma di gioco responsabile messo a punto da Lottomatica e in buona parte condiviso dai concessionari. Oltre alla misurazione, che è una componente basilare per determinare l'efficacia delle nostre azioni, sottoponiamo ogni gioco offerto a un test internazionale, chiamato *game guard*, che misura il livello di potenziale criticità e ci permette di escludere forme di gioco in grado di generare compulsività.

Imporre, ad esempio, un tempo significativo alla possibilità di ripetere una giocata su una *slot machine* o *on line* determina una riduzione dell'atteggiamento compulsivo. Nel mondo *on line*, quello che permette i maggiori livelli di controllo, abbiamo introdotto forme di autotutela e prevenzione, imponendo ai nostri giocatori di predeterminare il tempo massimo che intendono dedicare al gioco, il limite massimo di spesa, il limite massimo di ricarica giornaliera, il limite massimo di perdita, il limite massimo di perdita su scala oraria, giornaliera o mensile. Tutti questi meccanismi, che peraltro sono stati rapidamente adottati da tutti i colleghi qui presenti, sono diventati regole condivise e comuni.

Facciamo molta formazione, prima di tutto su noi stessi. Il nostro personale, soprattutto chi si occupa di *marketing*, viene addestrato ai principi del codice etico. Il personale che lavora nei punti vendita viene sottoposto a continue attenzioni di questo genere. Nei punti vendita adottiamo inoltre strumenti di prevenzione del gioco illegale e abbiamo dotato tutte le macchine *self-service* per i « gratta-e-vinci » di strumenti che permettono di acquisire il biglietto solo dimostrando la maggiore età attraverso il codice di iden-

tità o la tessera sanitaria. Abbiamo inoltre messo a disposizione dei nostri clienti, sia nel punto vendita sia *on-line*, forme di autoregolazione e di autocontrollo sull'esposizione del rischio al gioco.

Infine, fiore all'occhiello del settore, abbiamo attivato in accordo con la Federazione italiana degli operatori dei dipartimenti e dei servizi delle dipendenze (Federserd), che è stata anch'essa recentemente ascoltata da questa Commissione, un sistema di supporto per i soggetti che possono manifestare fenomeni critici e per le famiglie che al proprio interno hanno persone potenzialmente a rischio di compulsività. L'assistenza è prestata attraverso i centri territoriali dei servizi per le dipendenze e attraverso una *help-line* gratuita, che noi finanziamo.

In termini di comunicazione, lanciamo ogni anno campagne di attenzione al gioco prudente e responsabile e per contrastare il gioco minorile. Creiamo attenzione anche col supporto di alcuni *stakeholder* esterni, come il Movimento italiano genitori (MOIGE), con cui stiamo tuttora collaborando ad azioni di formazione e preparazione rivolte a minori e famiglie. Come leggerete nella ricerca del professor Barbaranelli, questa è una malattia a tutti gli effetti e tende ad avere una componente trasmissiva, che passa attraverso i comportamenti in famiglia, oltre che attraverso il codice genetico.

Lavorare sulla famiglia è un modo molto efficace e utile per far sì che quel mezzo milione di individui potenzialmente soggetti a simili rischi — un numero che per noi è molto elevato — possa in breve tempo essere ridotto e controllato.

MASSIMO PASSAMONTI, *Presidente della Federazione sistema gioco Italia*. Vorrei precisare, con riguardo alle osservazioni dell'onorevole Miotto, che il giocato effettivo in Italia non equivale a 60 miliardi, ma a 17 miliardi di euro.

Dal punto di vista della concretezza delle iniziative, abbiamo redatto un codice di autodisciplina della comunicazione del

gioco — conforme ai migliori *standard* europei — senza che tale iniziativa ci fosse stata richiesta da nessuno. Credo che un'occasione importante di confronto tra la Commissione e gli operatori potrebbe essere quella di valutare se esso possa essere la base, sempre migliorabile, di un lavoro e di un'esperienza comuni che ci permettano di essere all'altezza del problema.

Il problema esiste, ma secondo noi va considerato nelle sue reali dimensioni così da trovare risposte efficaci.

PRESIDENTE. Ringrazio tutti gli intervenuti e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 15,40.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE

DOTT. VALENTINO FRANCONI

*Licenziato per la stampa
il 6 settembre 2012.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO