

SBC Digital Italia

Fabio Schiavolin (Ad Snaitech): "Troppa distanza tra il settore e l'opinione pubblica, fondamentale comunicare meglio l'industria"

Milano, 28 luglio 2021 - «Un grande problema del settore è il gap culturale tra il nostro mondo e la percezione che ne ha l'opinione pubblica». Così **Fabio Schiavolin**, ad di **Snaitech**, è intervenuto nel corso del panel **"Il futuro sostenibile del gaming"** a **SBC Digital Italia**. Un nodo evidente «in diversi ambiti della politica. I recenti governi del nostro paese hanno pensato che penalizzare il gioco legale facesse giocare di meno e gli interventi legislativi che hanno interessato il nostro settore negli ultimi anni ne sono la dimostrazione. Il lockdown conseguente all'emergenza sanitaria da Covid-19 ci ha insegnato - al contrario - che in un momento di offerta forzosamente azzerata, la domanda non è diminuita, ma si è spostata al mercato illegale, con un peso stimato del 20% sulla raccolta totale e una crescita del 1000% rispetto agli anni precedenti. È questo l'elemento che evidenzia il gap».

Schiavolin sottolinea quanto sia rilevante in tal senso il tema della percezione dell'illegalità: «Lo studio Luiss-Ipsos ha evidenziato che solo il 50% dei giocatori percepisce il gioco illegale come qualcosa che può dare problemi con la legge e solo il 44% fa una verifica di legalità della piattaforma di gioco a cui si rivolge». Un ulteriore aspetto è relativo a come viene affrontato il tema della ludopatia, «noi operatori molto spesso facciamo fatica ad affrontare questo tema a voce alta e con la giusta dignità. Con questo non si intende sminuire in alcun modo né sottovalutare il problema relativo ai giocatori problematici, anche se gli studi a riguardo presentano numeri molto diversi rispetto a certe dichiarazioni molto spesso di stampo populista. Quello che non voglio accettare è l'equazione "gioco = ludopatia", quindi l'assimilazione di una forma di intrattenimento - gestita con professionalità - alla malattia, che invece ha aspetti più complessi e molto spesso è legata alle potenziali predisposizioni alle dipendenze da parte di una piccola percentuale di utenti rispetto ai quali comunque è giusto porre attenzione e promuovere il gioco responsabile e tutte le pratiche necessarie ad annullare questo fenomeno». Secondo Schiavolin «bisogna ridurre le discrasie tra percezione e realtà, in questo senso come per il tema dell'illegale si tratta di condurre una battaglia di libertà e consapevolezza». Un passo avanti a cui si può arrivare «con la conoscenza, quindi con informazioni, studio e analisi. È necessario comunicare di più e meglio per far conoscere il settore».

La comunicazione è diventata un punto particolarmente problematico dopo l'entrata in vigore del Decreto Dignità che ha vietato pubblicità e sponsorizzazioni dal mondo del gioco. «Dobbiamo tutti lavorare affinché cambi la percezione dell'industria del gioco», ha proseguito Schiavolin, sottolineando come il decreto sia stato «un vero e proprio boomerang» per il mondo dello sport che ha contribuito a generare una perdita di competitività della filiera sportiva italiana rispetto, per esempio, alle squadre estere, e una conseguente perdita per i broadcaster televisivi che, come derivata secondaria, hanno poi meno risorse da investire negli sport minori. Qual era l'obiettivo del Decreto Dignità? In questo senso l'Iss ha poi spiegato in maniera inequivocabile come l'80% dei giocatori non sia spinto al gioco dalla pubblicità, ma da un complesso insieme di fattori». È quindi un grave errore attribuire delle colpe alla comunicazione, la mancanza della



SNAITECH S.P.A.
in breve Snai S.p.A. a Socio Unico
P.I. 01729640464 - C.F. e Reg. Imp. Milano
Monza - Brianza - Lodi 00754850154
Cap. soc. € 97.982.245,40 i.v.
PEC: snaispa@onpec.it - R.E.A. MI 1584464

MILANO
Piazza della Repubblica, 32
20124 Milano
Italia
T: +39 02 896301
F: +39 02 89630299

PORCARI
Via Boccherini, 39
55016 Porcari (LU)
Italia
T: +39 0583 2811
F: +39 0583 281356

ROMA
Via Goito, 58/A
00185 Roma
Italia
T: +39 06 996901
F: +39 06 99690350

quale, al contrario, impedisce al consumatore di discernere in maniera chiara tra gioco legale e gioco illegale.

Se all'interno del settore tali consapevolezza sono chiare, dobbiamo lavorare affinché lo siano anche all'esterno, partendo anche dalla percezione stessa del gioco legale in Parlamento. A livello locale, per esempio, abbiamo constatato come sia in partenza difficile comunicare il valore di asset importanti come gli ippodromi che, al contrario, sono una risorsa e una parte della bellezza della nostra città». Il comparto dovrà muoversi in questa direzione: «la comunicazione deve e può fare dei passi avanti, il settore è cresciuto moltissimo in questi 20 anni e anche la professionalità delle persone che lo governano. A mio avviso siamo pronti anche a proporre soluzioni alternative come l'autoregolamentazione, l'individuazione di fasce orarie protette in cui veicolare i messaggi, e soprattutto il tone of voice utilizzato. Credo che uscire dall'autoreferenzialità sia fondamentale per trovare il coraggio di rappresentare questa importantissima risorsa dello Stato nel modo e con gli strumenti che merita. Dobbiamo avere il coraggio di rappresentare l'industria del nostro settore».

Ufficio stampa Snaitech

E-mail: ufficio.stampa@snaitech.it

Cell: 348.4963434