

Indagine relativa agli esercizi commerciali del Trentino con un'offerta di gioco d'azzardo¹

Bruno Bertelli e Valentina Molin

1. Premessa

Il gioco d'azzardo rappresenta un settore di mercato che, in particolare negli ultimi decenni, nel nostro Paese ha visto un significativo incremento di carattere qualitativo e quantitativo, andando così incontro alle esigenze di diversi tipi di fruitori. In particolare negli ultimi anni si è registrata una sempre maggiore differenziazione delle tipologie di prodotti proposti e un graduale abbassamento della soglia di accesso (Croce, 2006). A tal proposito, anche se non è possibile stabilire una relazione lineare e se sono sempre da tenere in considerazione fattori culturali, socio-demografici e capacità di adattamento delle comunità, si riscontra un certo accordo all'interno degli studiosi del settore rispetto al fatto che vi sia una relazione positiva fra la disponibilità e l'accessibilità dei giochi d'azzardo legalizzati da un lato, e i tassi di prevalenza del gioco d'azzardo patologico dall'altro (Marshall e Baker 2002; Parsons e Webster 2000; Pearce *et al.* 2008; Shaffer, LaBrie, e LaPlante 2004; Welte *et al.* 2009; 2004)².

Benché tanto la Provincia Autonoma di Trento, quanto l'Azienda Provinciale per i Servizi Sanitari si siano sempre dimostrate sensibili al tema del contrasto alle problematiche connesse al gioco d'azzardo patologico, è con la Legge provinciale 22 luglio 2015, n. 13, che il Consiglio della PAT si è mosso esplicitamente al fine di promuovere interventi per il contrasto e la cura della dipendenza da gioco sia in ambito di prevenzione che di trattamento.

Più precisamente, il comma 1 dell'articolo 4 della citata legge provinciale recita:

“La Provincia, di concerto con i comuni, l'Azienda provinciale per i servizi sanitari e le associazioni di categoria, promuove iniziative di formazione finalizzate alla prevenzione delle dipendenza da gioco e al riconoscimento delle situazioni di rischio. Le iniziative sono destinate ai gestori e al personale degli esercizi con offerta di giochi pubblici, agli operatori sociali e sanitari [...] e in generale ai soggetti che operano a contatto con le fasce sociali a rischio”.

Con l'obiettivo di implementare tale Legge, ed in particolare il passaggio appena ricordato, è stato costruito il “Progetto di contrasto alla ludopatia”, il quale si è concentrato precipuamente sulla figura degli esercenti che gestiscono locali ove è possibile reperire un'offerta di gioco d'azzardo. Gli interventi che coinvolgono gli operatori di gioco sono riconducibili all'alveo delle azioni di tipo preventivo-educative, volte al contrasto del GAP (Gioco d'Azzardo Patologico); si tratta di un settore di recente sviluppo che mira a rendere questi soggetti maggiormente attenti e capaci nell'individuazione, e dunque nell'avvicinamento, di persone che manifestano un comportamento di gioco problematico.

¹ La presente ricerca rientra in un ampio Progetto di prevenzione e contrasto della ludopatia in Trentino, sostenuto dall'Azienda Provinciale per i Servizi Sanitari della Provincia Autonoma di Trento e dal Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università degli Studi di Trento.

² È comunque doveroso ricordare che il gioco d'azzardo, nelle sue dimensioni problematiche o francamente patologiche, rappresenta un fenomeno non particolarmente accentuato nel territorio Provinciale (Caneppele, Marchiaro, 2015).

Secondo alcuni studi (Dufour, Ladouceur, e Giroux 2010; Giroux *et al.* 2008; LaPlante *et al.* 2012), la formazione degli operatori di gioco può:

- migliorare l'atteggiamento dei lavoratori verso i giocatori problematici;
- aumentare le loro conoscenze rispetto a come aiutarli.

È dunque a partire da questi assunti che è stato costruito il Progetto, le cui azioni sono state ideate in maniera sinergica dall'APSS e dall'Università degli Studi di Trento (Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale), in costante condivisione con le associazioni di categoria (Confcommercio e Confesercenti). I principali filoni pianificati riguardano due azioni, fra loro strettamente collegate:

1. la mappatura dell'offerta commerciale di gioco pubblico presente nel territorio provinciale e la ricostruzione delle sue caratteristiche (indagine con gli esercenti);
2. la formazione tramite focus group per la prevenzione della dipendenza da gioco e il riconoscimento delle situazioni a rischio.

La prima azione, propedeutica alla seconda, è quella che si andrà qui a presentare.

2. Note metodologiche

Lo strumento di indagine - La ricostruzione dell'offerta commerciale locale di gioco d'azzardo è stata svolta tramite la somministrazione di un questionario compilabile online dagli esercenti. Lo strumento di ricerca è stato creato prendendo spunto, fra il resto, da alcune pubblicazioni nazionali che hanno approfondito il medesimo campo d'indagine (Cinella *et al.* 2006; Eurispes 2009; Marcaccini *et al.* 2012; Novelli 2009; Ranieri *et al.* 2007).

Il questionario ha indagato le seguenti aree:

- il tipo di offerta commerciale del locale;
- le caratteristiche socio-demografiche e comportamentali del giocatore abituale;
- l'eventuale presenza e le caratteristiche di giocatori a rischio o patologici;
- la capacità, da parte degli esercenti, di individuare alcune modalità comportamentali tipiche dei soggetti che stanno sviluppando una dipendenza da gioco d'azzardo;
- la conoscenza, da parte degli esercenti, della normativa in tema di gioco d'azzardo;
- la disponibilità a partecipare ad un paio di incontri (focus group) sui temi del gioco responsabile e della prevenzione del gioco eccessivo.

Il tipo di somministrazione - Si è scelto di procedere con un'auto-somministrazione svolta online per diverse ragioni; come si esplicherà più dettagliatamente in seguito, si è deciso di non optare per un campionamento e sono stati dunque invitati a compilare il questionario tutti gli esercenti che, per quanto è stato possibile ricostruire, gestivano un locale con offerta di gioco pubblico. Conseguentemente, il numero di soggetti da intercettare è risultato piuttosto significativo; in aggiunta a ciò si tenga conto delle caratteristiche geografiche del Trentino, ove sono presenti numerosi Comuni, distribuiti su un territorio

esteso, con una densità di popolazione esigua e collegamenti stradali non sempre agevoli. Ancora andava tenuta presente la variabile relativa alle condizioni in cui, recandosi eventualmente di persona nei diversi esercizi commerciali, si sarebbe potuto trovare il titolare o il gestore per potergli chiedere di compilare il questionario (cercando dunque di evitare orari di maggior congestione, ma anche momenti in cui il titolare non fosse presente, il locale fosse chiuso, ecc.). A fronte di queste condizioni, e vagliate le diverse soluzioni possibili, si è scelto di procedere con un'auto-somministrazione svolta online perché:

- permetteva all'intervistato di compilare il questionario nel momento da lui ritenuto più adeguato, senza vincoli di sorta;
- garantiva massima trasparenza e permetteva all'intervistato di non percepire l'eventuale disagio legato ad una somministrazione *face to face*, tanto più nel luogo oggetto di indagine;
- permetteva, con un costo estremamente ridotto, di raccogliere dati relativi ad un numero considerevole di esercizi commerciali, collocati sull'intero territorio provinciale.

L'individuazione della popolazione di riferimento - La compilazione della lista degli esercizi commerciali presenti sul territorio Provinciale e aventi offerta di gioco d'azzardo è stata svolta utilizzando, in maniera congiunta, strumenti diversi:

- Parix-web - Sistema informativo registro imprese della Provincia Autonoma di Trento (strumento della Camera di Commercio che permette di ricercare esercizi commerciali tramite codice attività Ateco);
- elenco soggetti Ries (esercizi abilitati alle attività connesse agli apparecchi da intrattenimento – slot machines; dati AAMS);
- elenco ricevitorie Lotto (dati AAMS);
- elenco agenzie scommesse (dati AAMS).

In relazione alla compilazione della lista degli esercizi commerciali con offerta di gioco presenti a livello locale, come accaduto anche in altre indagini (Marcaccini *et al.* 2012), si è riscontrata una significativa difficoltà legata a differenti aspetti: primo fra tutti una mancata sistematizzazione di dati ufficiali, aggiornati ed esaustivi, ma anche una particolare variabilità e dinamicità del settore (con frequenti cambi di gestione, tipologia di attività commerciale, indirizzo, nuove aperture, fallimenti, ecc.)³. È dunque presumibile che, così come si sono intercettati alcuni locali che si è poi scoperto non avevano invero un'offerta di gioco, parimenti si siano persi i dati relativi ad alcuni esercizi commerciali con offerta di gioco. Non è conseguentemente possibile affermare di aver individuato l'intero universo dei locali con offerta di gioco d'azzardo presenti in Provincia.

³ Ciò ha comportato un considerevole carico di lavoro dedicato precipuamente alla ricostruzione della lista degli esercizi commerciali oggetto di indagine, alla verifica della correttezza degli indirizzi pec e mail e, qualora il dato fosse mancante, al reperimento dell'informazione necessaria.

La raccolta dei dati e il tasso di risposta - Nelle prime due settimane di maggio 2017 sono state inviati, via pec e in alcuni casi via mail, gli inviti alla compilazione del questionario relativo ad esercizi commerciali con offerta di gioco d'azzardo⁴. Le pec sono state spedite da un indirizzo dell'Università degli Studi di Trento; le mail da un indirizzo creato appositamente per il progetto (infoazzardo@apss.it). A distanza di un mese, nelle prime due settimane di giugno, è stato inviato, sempre mezzo pec e mail, un sollecito, il che ha "riacceso" l'attenzione sulla compilazione del questionario da parte degli esercenti coinvolti, permettendo di raccogliere una quota significativa di altre risposte.

Complessivamente, a seguito del primo invio la situazione era la seguente:

- 747 pec correttamente recapitate: 809 pec inviate alle quali vanno sottratte 62 pec non recapitate per problemi tecnici (indirizzo errato o non esistente, casella di posta piena);
- 216 mail correttamente inviate (in aggiunta alle pec, dunque in questo caso si tratta di un "doppio invio"; in 18 casi è stato possibile recuperare la mail e non la pec);
- in 55 casi non è stato possibile trovare un indirizzo pec o mail.

Tab. 1 – Rendiconto contatti esercenti via pec o mail

Pec correttamente recapitate	747
Mail inviate (senza doppio invio)	18
N° esercenti certamente contattati	765

Per il secondo invio (sollecito) si è tentato di raggiungere telefonicamente i 62 esercenti a cui non è stato possibile inviare la pec per problemi tecnici: in alcuni casi si è potuto recuperare un indirizzo mail cui inviare l'invito alla compilazione del questionario, in altri si è riscontrato che la compilazione era comunque già avvenuta (perché l'esercente aveva ricevuto l'invito anche sulla mail, oltre che sulla pec), in altri casi ancora non è stato possibile raggiungere l'esercente. Con il secondo invio il numero di pec non correttamente recapitate è stato il medesimo.

Ad oggi⁵ sono stati compilati 318 questionari⁶ (tasso di risposta del 41%): nel 90,6% dei casi (N 288) l'intervistato dichiara di gestire un esercizio in cui è possibile praticare una qualche forma di gioco d'azzardo, nel 9,4% dei casi (N 30) invece si dichiara che l'attività non propone questo genere di offerta. Conseguentemente, gli esercenti che hanno proceduto con la compilazione del questionario sono 288.

⁴ Nelle giornate immediatamente precedenti all'invio gli esercenti erano stati contattati telefonicamente – ove possibile – per preannunciare l'invio della pec/mail con l'invito alla compilazione del questionario. Inoltre, qualche settimana prima, le associazioni di categoria (Confcommercio e Confesercenti) avevano messo al corrente i propri iscritti dell'indagine che stava per prendere forma, invitandoli a collaborare per la buona riuscita della stessa.

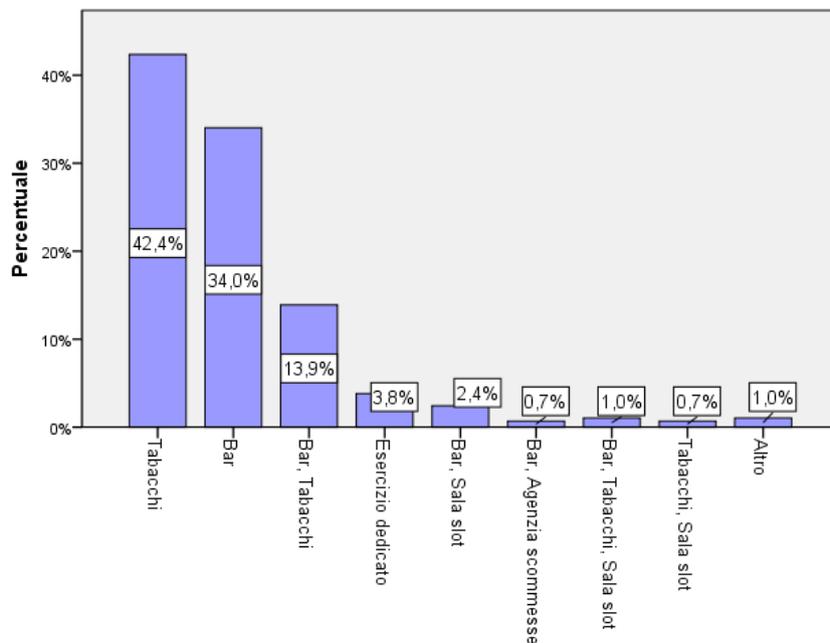
⁵ I questionari sono stati compilati in un periodo complessivo di circa tre mesi, compreso fra il 7 aprile ed il 4 luglio 2017; attualmente il questionario è ancora disponibile online per la compilazione, tuttavia i dati qui presentati si riferiscono al materiale che è stato possibile raccogliere sino al 4 luglio 2017.

⁶ Il 53,5% dei rispondenti sono maschi, il 36,2% femmine, nel 10,4% dei casi il dato è mancante; mediamente, i rispondenti hanno 45 anni, con un minimo di 20 ed un massimo di 80 (ds: 11,8).

3. Caratteristiche degli esercizi commerciali coinvolti

Nell'ampia maggioranza dei casi l'esercizio è rappresentato da un bar e/o da una rivendita di tabacchi; in circa il 4% dei casi si tratta di un esercizio dedicato (sala slot, agenzia scommesse o sala bingo) e nei restanti casi si ha una situazione "mista" (es. bar e sala slot; tabacchi e sala slot; ecc.).

Fig. 1 – Tipologia di esercizio commerciale gestita dai rispondenti al questionario (Valori percentuali)



I giochi offerti in questi esercizi sono soprattutto lotterie istantanee (gratta&vinci) (63,2%), new slot (62,2%), Lotto e 10 e lotto (50,3%) e giochi numerici a totalizzatore (Superenalotto, Win for life, ecc.) (32,6%). Seguono, con significativo distacco, i giochi a base sportiva (10,4%) ed ippica (6,9%), le VLT (5,6%) e chiude il gioco del bingo, il quale è presente, nel nostro territorio, in una sola sede.

Nei locali considerati il gioco d'azzardo è in prevalenza integrato spazialmente al resto dell'offerta commerciale (66,3%); nel 16,5% dei casi vi è uno spazio riservato e separato, mentre nel 17,2% lo spazio separato riguarda esclusivamente le slot. In oltre il 40% dei casi l'esercizio non offre servizio bar; nel restante 60% il servizio bar esiste, tuttavia poco più del 10% dei giocatori tende a non consumare bevande di alcun tipo mentre gioca, il restante 50% si divide equamente fra il consumo di bevande alcoliche ed analcoliche. È estremamente raro che qualche minore tenti di giocare in questi locali (nel 92,7% dei casi ciò non avviene mai o quasi mai; il 6,9% degli intervistati afferma che questo accade qualche volta e un solo soggetto dice che capita abbastanza spesso). È inoltre assai raro che gli esercenti utilizzino i giochi presenti nel proprio locale (mai: 54,7%; qualche volta all'anno: 27,0%; qualche volta al mese: 11,9%; quasi tutte le settimane: 2,5%; più volte a settimana: 2,1%; quasi tutti i giorni: 1,8%).

Rispetto alla dislocazione geografica degli esercizi commerciali, è possibile affermare che tutte le Comunità di Valle sono state rappresentate, anche se, evidentemente, nella

Comunità della Val d'Adige è stato possibile raccogliere un numero di questionari di molto maggiore rispetto ad altri territori provinciali.

Tab. 2 – In quale Comunità di Valle è ubicato il locale da lei gestito? (Valori assoluti e percentuali)

Comunità di Valle	N	%
Val di Fiemme	8	2,8
Primiero	3	1,0
Valsugana e Tesino	9	3,1
Alta Valsugana e Bersntol	15	5,2
Valle di Cembra	4	1,4
Val di Non	26	9,0
Valle di Sole	7	2,4
Giudicarie	27	9,4
Alto Garda e Ledro	18	6,3
Vallagarina	34	11,8
Comun General de Fascia	6	2,1
Magnifica Comunità degli Altipiani Cimbri	3	1,0
Rotaliana-Königsberg	11	3,8
Paganella	6	2,1
Valle dei laghi	12	4,2
Val d'Adige	97	33,7
Non risponde	2	0,7
Totale	288	100

Parimenti, anche per ciò che concerne la dimensione del Comune nel quale è ubicato l'esercizio commerciale è possibile riscontrare un livello di variabilità elevato, anche se – in linea con le caratteristiche del territorio provinciale – predominano i Comuni di dimensioni medio-piccole (fra i 1.000 ed i 5.000 abitanti).

Tab. 3 – Quanti abitanti conta il Comune nel quale è ubicato il locale da lei gestito? (Valori assoluti e percentuali)

Numero di abitanti	N	%
Meno di 1.000	34	11,8
Fra i 1.000 e i 5.000	119	41,3
Fra i 5.000 e i 10.000	39	13,5
Fra i 10.000 e i 20.000	33	11,5
Oltre i 20.000	61	21,2
Non risponde	2	0,7
Totale	288	100

4. Percezione delle caratteristiche dei clienti giocatori

Gli esercenti coinvolti in questa indagine descrivono il cliente "tipo" come una persona prevalentemente:

- di genere maschile;

- con cittadinanza italiana;
- adulta;
- economicamente attiva (lavoratore).

Più precisamente, rispetto al genere, il 48,3% degli intervistati asserisce che la propria clientela è composta prevalentemente da uomini; il 44,4% sostiene che vi sia una certa equità fra il numero di uomini e quello di donne e solamente il 7,3% (N 21) asserisce che la propria clientela è composta prevalentemente da donne. Si noti che le donne, più degli uomini, vengono descritte come economicamente inattive (pensionate, casalinghe) e anziane.

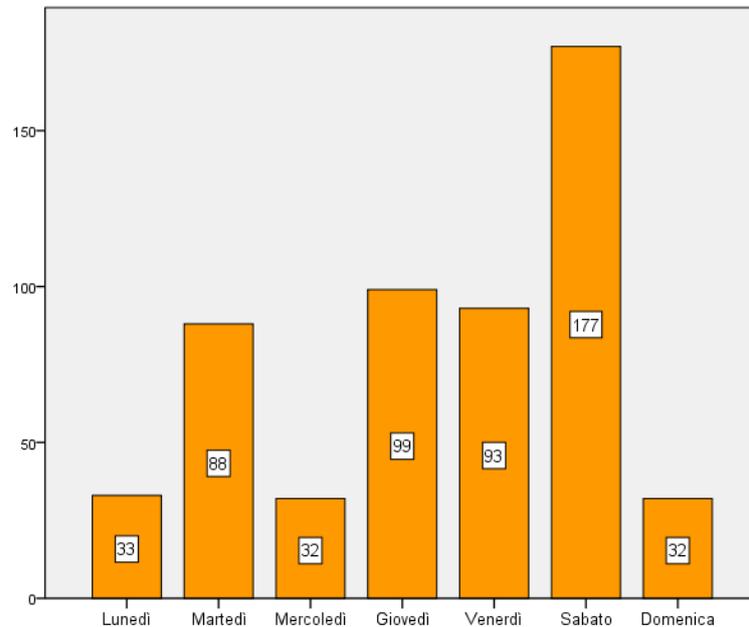
La prevalenza degli italiani appare come un dato piuttosto “forte”: nel 62,4% dei casi il cliente medio viene indicato come autoctono; nel 33,1% dei casi gli esercenti affermano di avere una clientela “mista” (italiani e stranieri in egual misura) e solamente il 4,5% (N 13) dice di conoscere soprattutto una clientela straniera.

Ancor più univoco risulta il dato relativo all’età dei clienti giocatori: l’88,2% degli intervistati dice che la propria clientela di giocatori è composta nell’ampia maggioranza dei casi da persone adulte – di età compresa fra i 31 ed i 65 anni, dato questo – insieme all’aspetto relativo al genere – in linea con quello rilevato in altre indagini nazionali (Cinella *et al.* 2006; Marcaccini *et al.* 2012; Novello 2009). Solamente il 2,8% degli intervistati asserisce che la clientela è composta perlopiù da persone anziane e il 9,0% dichiara che le fasce d’età sono tutte egualmente rappresentate. Si noti che nessun intervistato ha affermato di gestire un locale caratterizzato prevalentemente da una clientela di giocatori giovani (di età inferiore ai 30 anni).

Per quanto riguarda infine l’occupazione prevalente, benchè poco più del 40% degli esercenti dica che non è possibile individuare una categoria predominante, il 46,9% asserisce che i giocatori sono soprattutto lavoratori, cui seguono – con significativo distacco – i pensionati (9,4%), le casalinghe (1,4%) e i disoccupati o lavoratori saltuari (1,0%).

L’affluenza dei giocatori è “spalmata” sui diversi giorni della settimana, anche se vi sono alcune rilevanti differenze (si tenga in considerazione che era possibile indicare più opzioni di risposta).

Fig. 2 – Quali sono i giorni della settimana in cui c’è maggior affluenza di giocatori nel suo locale? (più risposte possibili) (Valori assoluti)



Dal grafico soprastante, si coglie innanzitutto come il sabato risulti indubbiamente la giornata più significativa; è poi possibile identificare due gruppi di giornate infrasettimanali:

A. martedì, giovedì e venerdì da una parte (N: 88, 99, 93);

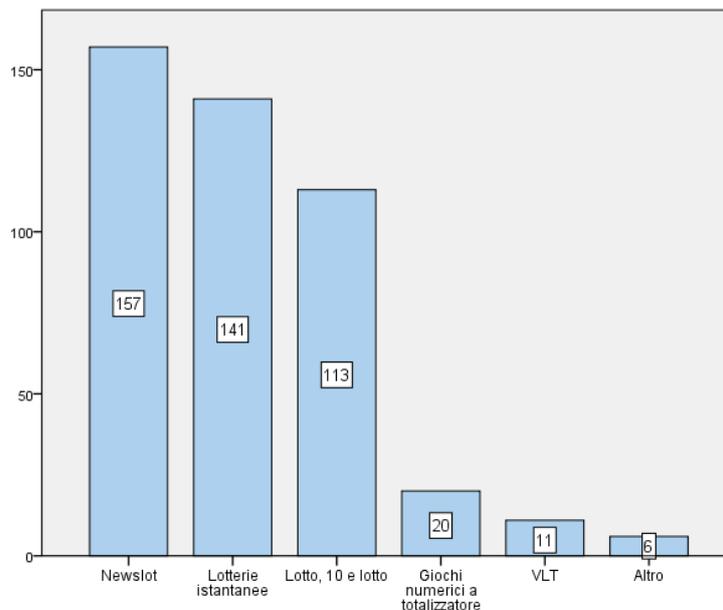
B. lunedì, mercoledì e domenica dall'altra (N: 33, 32, 32).

Si può ipotizzare che tale differenza sia legata da un lato alle giornate di estrazione del Lotto (martedì, giovedì e sabato) e dall'altro all'estrazione dell'Eurojackpot (unica, tutti i venerdì); vengono così lasciate fuori le giornate di lunedì, mercoledì e domenica, le quali conquistano un numero ridotto di preferenze.

Per ciò che concerne poi il momento della giornata caratterizzato dal maggior afflusso di giocatori, si rileva come esso sia individuabile nel pomeriggio (57,5 %), tuttavia rilevante è anche la mattina (30,7%); di scarsa importanza appare invece il dopo cena (11,8%). Tale dato appare in linea con quello rilevato in altre indagini analoghe a questa (Marcaccini *et al.* 2012) ed è imputabile al fatto che nella stragrande maggioranza dei casi si tratta di esercizi commerciali non esplicitamente destinati al gioco d'azzardo e con orario di apertura diurno (si ricordi che il 42,4% sono tabacchi).

I giocatori abituali giocano soprattutto alle lotterie istantanee (gratta&vinci) (52,8%), alle new slot (45,8%) e a Lotto e 10 e lotto (41,7%), anche se il gioco che solitamente richiede dei tempi più lunghi di permanenza all'interno del locale è quello delle new slot, gioco che – fra l'altro – viene indicato come il preferito dai giocatori più accaniti, aspetto questo in linea con quanto indicato in letteratura (Dickerson e Baron 2000; Griffiths 2005; Monaghan, Derevensky, e Sklar 2008; Munoz, Chebat, e Suissa 2010; Parke e Griffiths 2007; Sharpe *et al.* 2005; Williams, West, e Simpson 2012). Si noti (Fig. 3) che non vi sono significative variazioni considerando i giochi preferiti non dai giocatori abituali, bensì da quelli che sono stati definiti "giocatori abituali più accaniti". Questi ultimi, stando agli intervistati, tendono a praticare un solo tipo di gioco (57,8%) o al massimo due (32,9%), più raro il caso in cui giochino a tre o più giochi (9,4%).

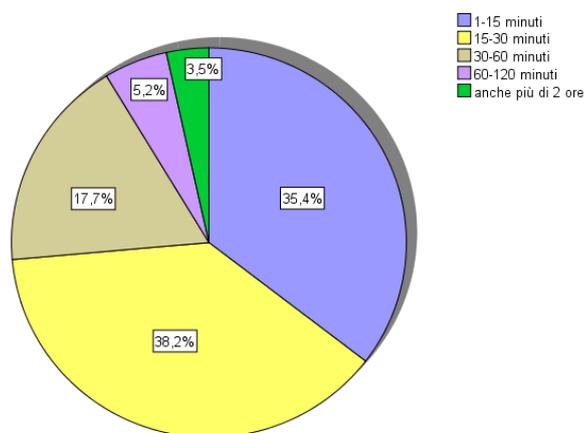
Fig. 3 – Secondo la sua percezione, qual è il gioco prediletto dal giocatore abituale più accanito? (più risposte possibili) (Valori assoluti)



Per introdurre la questione relativa ad un modo di giocare potenzialmente foriero di problematiche sono state utilizzate due variabili chiave: la prima relativa al tempo dedicato a giocare e la seconda inerente al denaro speso per farlo.

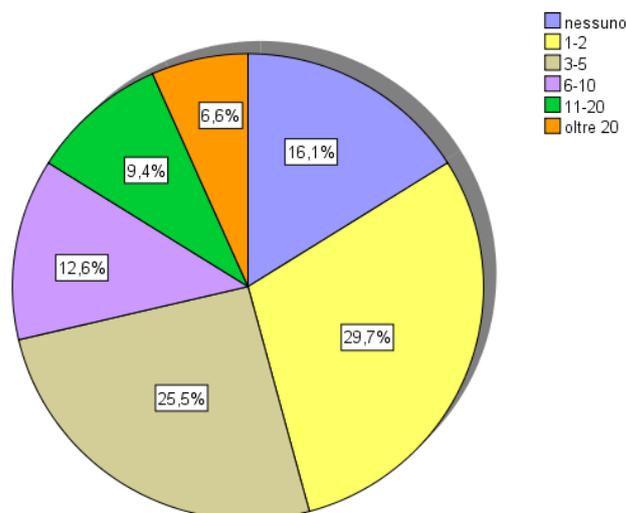
Come è possibile notare dal grafico seguente, vi è una sostanziale tripartizione tra chi – secondo gli esercenti intervistati – giocherebbe per meno di 15 minuti; per un periodo compreso fra i 15 ed i 30 minuti; per tempi maggiori (limitata, ma non irrilevante, la quota di chi giocherebbe per oltre 2 ore per occasione di gioco: 3,5%). Il gioco che – come presumibile – richiede gli investimenti di tempo più significativi è quello delle new slot.

Fig. 4 – Secondo la sua percezione, i clienti abituali del suo locale quanto tempo passano perlopiù a giocare? (Valori percentuali)



Rispetto alla spesa sostenuta per il gioco è possibile riscontrare un quadro piuttosto eterogeneo, come evidenziato dalla figura che segue.

Fig. 5 – Secondo la sua percezione, quanti tra i clienti abituali che giocano spendono nel gioco più di € 300 nell’arco di un mese? (Valori percentuali)



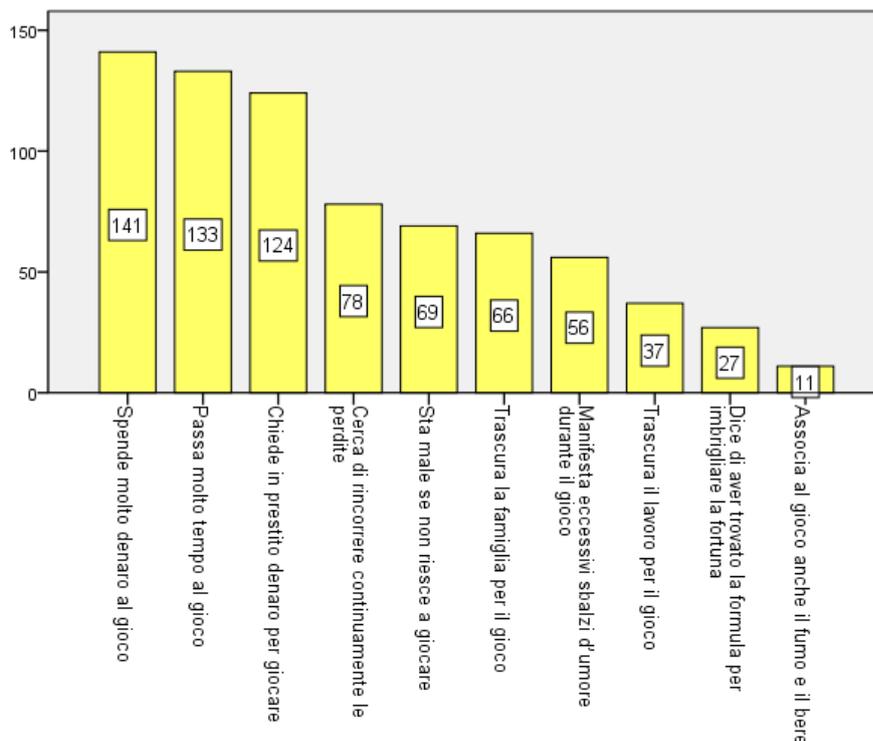
5. Percezione del fenomeno della ludopatia

Stando alle risposte degli intervistati, nel 37,3% dei casi non vi sarebbe alcun cliente con un qualsivoglia genere di problema nella gestione dell’attività di gioco; nel 39,0% dei casi i clienti con un problema di ludopatia sarebbero al massimo un paio, nel 15,0% da 3 a 5 soggetti e nei restanti casi un numero superiore di persone.

Il giocatore patologico viene definito perlopiù come una persona malata (46,5%) o debole mentalmente (32,3%), ma anche come un irresponsabile (25,0%) o un vizioso (22,9%) (era possibile scegliere più risposte).

Le caratteristiche che vengono individuate dagli esercenti qui coinvolti come prevalenti nel soggetto con un problema di dipendenza sono legate soprattutto al denaro (spende molto denaro al gioco; chiede in prestito denaro per giocare; cerca di rincorrere continuamente le perdite) (Fig. 6); tuttavia un significativo rilievo viene dato anche all’aspetto del tempo dedicato all’attività (passa molto tempo al gioco), e poi al malessere psicologico che ne deriva (sta male se non riesce a giocare; manifesta eccessivi sbalzi d’umore durante il gioco, ecc.) e alle conseguenze socio-relazionali e lavorative (trascura la famiglia per il gioco; trascura il lavoro per il gioco).

Fig. 6 – Secondo lei per definire una dipendenza da gioco è necessario valutare soprattutto se il giocatore... (più risposte possibili) (Valori assoluti)



6. La scelta di offrire giochi con scommesse in denaro all'interno del proprio esercizio

Gli esercenti intervistati dichiarano prevalentemente di aver rilevato un'attività che già prevedeva giochi d'azzardo nel pacchetto della propria offerta (42,0%), di aver ricevuto una proposta da parte dei concessionari di gioco (31,5%) e solo il 18,9% afferma di aver esplicitamente richiesto di introdurre questo tipo di offerta.

Oltre il 60% si dice soddisfatto dei guadagni procurati dal gioco (54,4% abbastanza, 4,5% molto, 1,4% moltissimo); il restante 40% asserisce, all'opposto, di essere poco o per nulla soddisfatto (rispettivamente 34,5% e 5,2%). Rispetto al modo in cui i giochi si sono integrati all'offerta complessiva dell'esercizio è possibile cogliere un tipo di risposta sostanzialmente positiva: oltre il 70% asserisce di essere soddisfatto, infatti il 69,7% dichiara di non aver mai pensato di rinunciare al gioco nel proprio esercizio. Si noti che, benché non si tratti di una relazione lineare, è possibile affermare che tendenzialmente chi si dice soddisfatto dei guadagni procurati dal gioco, non ha intenzione di rinunciare a questo genere di proposta e ritiene che i giochi si siano ben integrati all'offerta complessiva del locale.

Le situazioni negative che vengono prefigurate come possibili all'interno di un locale in cui vi sono persone che giocano d'azzardo sono soprattutto legate a clienti innervositi o arrabbiati (46,2%), tentativi di effrazione (17,0%), momenti di congestione (14,2%), discussioni con i clienti (14,2%) e situazioni di perdita consistente di denaro (13,5%).

In una domanda aperta si chiedeva di esplicitare, se mai si avesse pensato di rinunciare al gioco d'azzardo, per quale motivo si stava valutando tale opzione. Le risposte offerte sono piuttosto eterogenee: si va da problemi legati ad effrazioni o clienti fuori controllo ai guadagni ridotti, tuttavia un gruppo di intervistati pone precipuamente l'accento su questioni di carattere etico, problematizzando il ruolo che l'esercente ricopre; un intervistato dichiara, ad esempio: *“Provo pena per il ludopatico e traggo beneficio*

economico da ciò. Questo non mi fa sentire bene". A tal proposito si ricorda come uno degli obiettivi che questo progetto si prefigge stia proprio nell'affrontare questa sorta di "conflitto di interessi", muovendosi – per quanto possibile – sempre più nella direzione di un gioco sociale e responsabile.

7. I giudizi sulla normativa che regola il gioco d'azzardo e la conoscenza del fenomeno

La normativa che regola il comparto del gioco pubblico è valutata perlopiù in termini positivi (43,9%), anche se vi è chi la ritiene eccessivamente restrittiva (12,6%) o, al contrario, permissiva (10,9%); oltre un quarto degli intervistati afferma però di non conoscerla abbastanza per poterla giudicare.

Si sono poi indagate alcune specifiche disposizioni previste dall'attuale normativa in tema di gioco d'azzardo chiedendo all'intervistato di esprimere quanto le ritenesse utili. Come posto in luce dalla tabella sottostante, la disposizione ritenuta più utile è quella che ribadisce il divieto d'uso del gioco d'azzardo ai minori di 18 anni, con inasprimento delle sanzioni⁷; le altre misure sono ritenute non particolarmente significative, soprattutto l'applicazione sulle macchine da gioco di avvertimenti sul rischio di sviluppare una dipendenza (oltre la metà degli intervistati ritiene si tratti di una misura poco o per nulla utile).

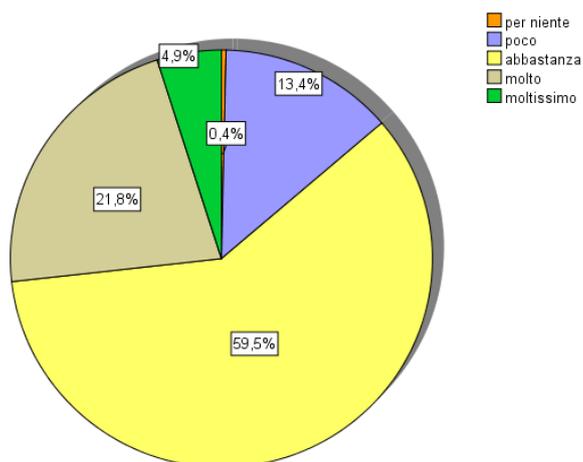
Tab. 4 – Le chiediamo di dirci quanto ritiene utili le seguenti disposizioni previste normativa in tema di gioco d'azzardo (Valori percentuali)

	Per niente	Poco	Abbastanza	Molto	Moltissimo
Applicazione sugli apparecchi a moneta o gettone di formule di avvertimento sul rischio di dipendenza da gioco	23,5	27,7	27,7	15,1	6,0
Divieto d'uso ai minori di 18 anni con inasprimento delle sanzioni	3,2	10,9	21,5	33,5	31,0
Apposizione sull'apparecchio dell'autorizzazione rilasciata dall'Autorità amministrativa	18,0	23,9	27,1	22,5	8,5
Esposizione di materiale informativo APSS sui rischi legati al gioco e sui servizi di assistenza	15,3	31,6	24,2	20,7	8,1

Indipendentemente da come venga valutata la normativa che regola il settore dell'azzardo e alcune sue specifiche disposizioni, è certamente possibile cogliere come gli esercenti che operano nel territorio provinciale ritengano, nella stragrande maggioranza dei casi, piuttosto adeguate le proprie conoscenze in merito alla stessa, al fenomeno del gioco d'azzardo sociale e patologico e ai Servizi dedicati ai problemi connessi alla ludopatia.

⁷ Si noti che, tuttavia, è ridottissima la quota di chi ha dichiarato che vi sono minori che tentano di giocare nel proprio locale: in oltre il 90% dei casi gli intervistati hanno dichiarato che ciò non accade mai o quasi.

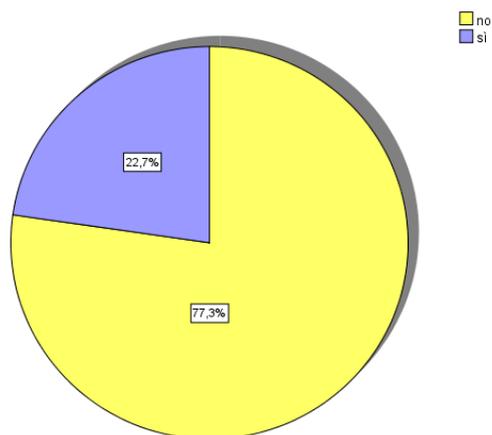
Fig. 7 – Ritiene adeguate le conoscenze che possiede in merito alla normativa sul gioco d'azzardo, al fenomeno e ai Servizi dedicati? (Valori percentuali)



8. La disponibilità alla formazione

Nonostante un tasso di risposta al questionario piuttosto positivo, la percentuale di esercenti e lavoratori di gioco che si è detta ben disposta ad impegnarsi in un breve percorso di formazione è particolarmente ridotta. Il grafico che segue pone in evidenza come oltre i tre quarti degli intervistati non si rendano, infatti, disponibili ad alcun incontro informativo, formativo e di confronto sul tema del gioco d'azzardo. I soggetti che si dichiarano positivamente predisposti sono, in valori assoluti, 65⁸.

Fig. 8 – Le chiediamo se è disposto a dedicare qualche ora del Suo tempo per partecipare ad un paio di brevi e gratuiti incontri, guidati da esperti, per un confronto sui temi del gioco responsabile e della prevenzione del gioco eccessivo? (Valori percentuali)

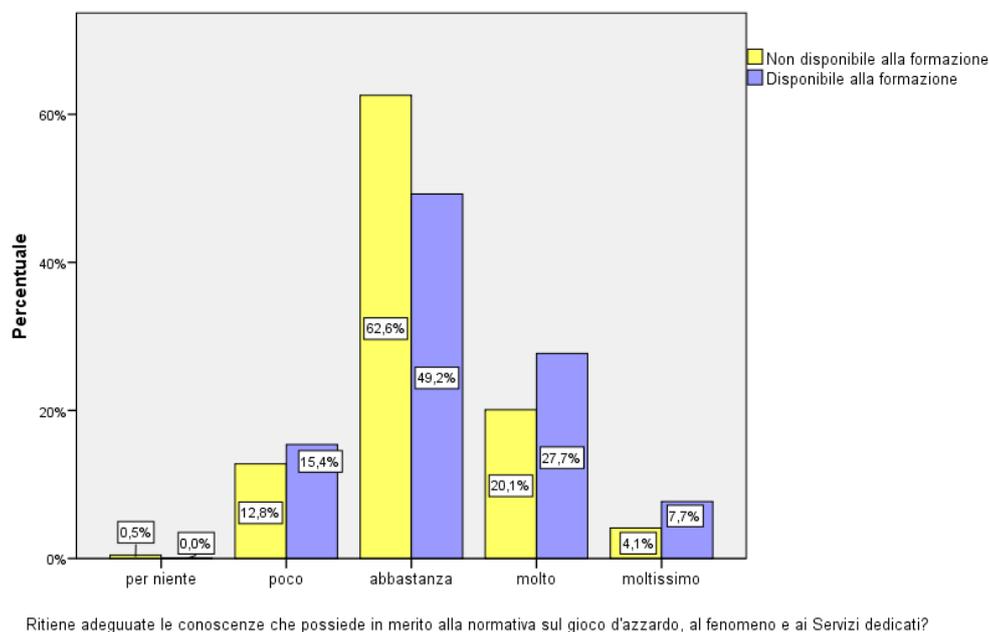


Pare opportuno segnalare che la scelta di sottrarsi ad un confronto di carattere informativo e formativo sul tema del gioco d'azzardo non appare correlata alle conoscenze che gli

⁸ Rispetto a giorno ed orario preferito per un eventuale incontro informativo, i partecipanti indicano soprattutto le giornate infrasettimanali (da lunedì a venerdì) nel momento del dopocena.

intervistati dichiarano di avere in merito all'argomento. Il grafico che segue pone in evidenza la mancanza di relazione fra le due variabili.

Fig. 9 – Disponibilità alla formazione in relazione alle conoscenze sul gioco d'azzardo (Valori percentuali)



Parimenti, non pare esservi una relazione fra la disponibilità alla formazione e il livello di soddisfazione rispetto al guadagno procurato dai giochi d'azzardo, al modo in cui il gioco si è integrato al resto dell'offerta dell'esercizio commerciale o all'idea di poter rinunciare al gioco d'azzardo nel proprio locale.

9. Conclusioni

Come già esplicitato, l'obiettivo principale, a lungo termine, del "Progetto di contrasto alla ludopatia" sta nella creazione di rapporti collaborativi con gli esercenti e gli operatori di gioco; ciò perché l'idea che si abbraccia non è quella del proibizionismo, che già ha dimostrato la propria fallibilità in diversi ambiti – primo fra tutti quello relativo all'uso di alcolici, bensì quella di un uso responsabile, sociale, controllato del gioco d'azzardo. Ciò che si desidera promuovere – o rinforzare – è una particolare consapevolezza rispetto ai rischi e alle problematiche connesse al GAP, incrementando contestualmente le conoscenze relative alla normativa del settore e ai Servizi di prevenzione e cura presenti nel territorio provinciale, di modo che l'esercente abbia tutti gli strumenti per poter avere un ruolo attivo nella relazione con il cliente giocatore, riconoscendo il soggetto potenzialmente a rischio e, se necessario, agganciandolo ed indirizzandolo ai Servizi del territorio. Si tratta di un tipo di esperienza che, *mutatis mutandis*, è già stata messa in atto con successo in altre realtà nazionali (Broggi, 2015) ed internazionali (Dufour, Ladouceur, e Giroux 2010; Giroux *et al.* 2008; LaPlante *et al.* 2012); tuttavia, almeno per il momento, è necessario prendere atto di una risposta scarsamente proattiva degli esercenti che operano sul territorio provinciale, aspetto quest'ultimo che in ogni caso non rappresenta una novità (Capitanucci *et al.* 2005) e va letto anche a fronte della particolare posizione occupata dai gestori, i quali oscillano fra la tendenza a limitarsi a svolgere il proprio ruolo

di commerciante e la propensione a mostrare maggiore attenzione verso i potenziali rischi connessi all'offerta di gioco (Rannieri *et al.* 2007). Da questo punto di vista, alcuni interessanti suggerimenti giungono da Marcaccini e colleghi (2012), i quali pongono l'accento sulla necessità di guardare al GAP come questione di salute pubblica, tralasciando posizioni e sensibilità personali. Solo così "diviene ragionevole guardare ai luoghi di gioco come possibili luoghi di prevenzione, e considerare gli esercenti come figure chiave, non solo rispetto al monitoraggio dei giocatori e all'individuazione precoce di comportamenti a rischio, ma anche in riferimento alla promozione di iniziative di gioco responsabile" (Marcaccini *et al.*, 2012, p. 7).

Sarà dunque ora necessario confrontarsi per valutare come procedere rilanciando ad esercenti e operatori di gioco la proposta formativa e di confronto, coinvolgendo le associazioni di categoria al fine di creare nuove sinergie nell'ottica di progettare forme di intervento articolate e complesse. Può essere utile allora pensare agli interventi preventivi come ad una polifonia, ove ogni soggetto, pur rivestendo ruoli diversi e pur portando avanti interessi differenti, è in grado di accordarsi con gli altri per un comune obiettivo che, di fondo, interessa tutti e riguarda il benessere della comunità.

Bibliografia

- Broggi P. (2015), "Criticità e potenzialità nell'esperienza formativa con gli esercenti", Regione Lombardia, ASL Milano 2.
(<http://www.newsletter.federserd.it/files/articoli/1/Paola%20Broggi.pdf>)
- Caneppele S., Marchiaro M. (a cura di) (2015), "Gioco d'azzardo patologico: monitoraggio e prevenzione in Trentino", Transcrime – Università degli Studi di Trento, Trento.
- Capitanucci D., Smaniotto R., Biganzoli A., Rizzi E., Romito J., Crespi M., Fantoni M., Gobbo M. (2005), "A qualitative investigation into gambling points in Varese (Italy). The owners' perceptions about their gambling clients", Abstract Book Prévention du jeu excessif et recherche: de la législation à l'action, Losanna (CH), 1-2 marzo 2005, p. 26.
- Cinnella P., Iannone R., Lomini A. (2006), "Azione 5 del progetto di prevenzione all'uso di sostanze e comportamenti a rischio. Progetto IN.contro – Ricerca sul gioco d'azzardo nel territorio di Casalmaggiore"
(http://www.cedostar.it/documenti/ricerca_casalmaggiore_esercenti_giochi_legali_gambling.pdf)
- Croce M. (2006), "Le funzioni del gioco nella società contemporanea", in Atti del convegno "A che gioco giochiamo?" (Venezia, 25 Marzo 2006), pp. 41 – 61.
- Dickerson M., Baron E. (2000), "Contemporary issues and future directions for research into pathological gambling", in *Addiction*, 95 (8), pp. 1145–1159.
- Dufour J., Ladouceur R., Giroux I. (2010), "Training program on responsible gambling among video lottery employees", in *International Gambling Studies*, 10 (1), pp. 61–79.
- Eurispes (2009), "L'Italia in gioco. Il punto di vista degli esercenti", disponibile all'indirizzo: http://azzardo.liberapiemonte.it/wp-content/uploads/sites/6/2011/09/Sintesi_Italia_in_Gioco_EURISPES.pdf.
- Giroux I., Boutin C., Ladouceur R., Lachance S., Dufour M. (2008), "Awareness training program on responsible gambling for casino employees", in *International Journal of Mental Health and Addiction*, 6 (4), pp. 594–601.
- Griffiths M. (2005), "Does advertising of gambling increase gambling addiction?", in *International Journal of Mental Health and Addiction*, 3 (2), pp. 15–25.
- LaPlante D., Gray H.M., LaBrie R.A., Kleschinsky J.H., Shaffer H.J. (2012), "Gaming industry employees' responses to responsible gambling training: a public health imperative", in *Journal of Gambling Studies / Co-Sponsored by the National Council on Problem Gambling and Institute for the Study of Gambling and Commercial Gaming*, 28 (2), pp. 171–191.

- Marcaccini E., Camera L., Consoli A. (2012), "La percezione del fenomeno del gioco d'azzardo patologico tra gli esercenti dei locali da gioco. Un'indagine in un territorio circostanziale della città di Torino", in *Dal fare al dire*, 21 (2), pp. 3-12.
- Marshall D.C., Baker R.G.V. (2002), "The evolving market structures of gambling: case studies modelling the socioeconomic assignment of gaming machines in Melbourne and Sydney, Australia", in *Journal of Gambling Studies* 18 (3), pp. 273-291.
- Monaghan S., Derevensky J.L., Sklar A. (2008), "Impact of gambling advertisements and marketing on children and adolescents: Policy recommendations to minimise harm", in *Journal of Gambling Issues* (dicembre 1), pp. 252-274.
- Munoz Y., Chebat J., Suissa J.A. (2010), "Using fear appeals in warning labels to promote responsible gambling among vlt players: the key role of depth of information processing", in *Journal of Gambling Studies / Co-Sponsored by the National Council on Problem Gambling and Institute for the Study of Gambling and Commercial Gaming*, 26 (4), pp. 593-609.
- Novelli D. (2009), "Costruzione di un progetto di sensibilizzazione sul G.A.P. nella città di Alessandria"
http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:eWOBFCF9Y0d4J:www.aslal.it/all-egati/intervento_21_maggio_2009.ppt+&cd=1&hl=it&ct=clnk&gl=it&client=firefox-b-ab.
- Parke J., Griffiths M. (2007), "The role of structural characteristics in gambling", in Smith G., Hodgins D.C., Williams R. (a cura di), *Research and Measurement Issues in Gambling Studies*, pp. 211-243. Elsevier, New York.
- Parsons K., Webster D. (2000), "The consumption of gambling in everyday life", in *Journal of Consumer Studies & Home Economics* 24 (4), pp. 263-271.
- Pearce J., Mason K., Hiscock R., Day P. (2008) "A national study of neighbourhood access to gambling opportunities and individual gambling behaviour", in *Journal of Epidemiology and Community Health*, 62 (10), pp. 862-868.
- Ranieri F., Bonicolini C., Cocci V., Frullano D., Mencaroni G., Sangalli M., Dimauro P.E. (2007), "Gioco d'azzardo lecito ad Arezzo: interviste agli esercenti di esercizi con slot machines e lotto", in *Bollettino sulle Dipendenze*, 3, pp. 29-38.
- Shaffer H.J., LaBrie R.A., LaPlante D. (2004), "Laying the foundation for quantifying regional exposure to social phenomena: considering the case of legalized gambling as a public health toxin", in *Psychology of Addictive Behaviors*, 18 (1), pp. 40-48.
- Sharpe L., Walker M., Coughlan M., Enersen K., Blaszczyński A. (2005), "Structural changes to electronic gaming machines as effective harm minimization strategies for non-problem and problem gamblers", in *Journal of Gambling Studies / Co-Sponsored by the National Council on Problem Gambling and Institute for the Study of Gambling and Commercial Gaming*, 21 (4), pp. 503-520.
- Welte J.W., Barnes G.M., Tidwell M.O., Hoffman J.H. (2009) "Legal gambling availability and problem gambling among adolescents and young adults", in *International Gambling Studies*, 9 (2), pp. 89-99.
- Welte J.W., Wieczorek W.F., Barnes G.M., Tidwell M.O., Hoffman J.H. (2004), "The relationship of ecological and geographic factors to gambling behavior and pathology", in *Journal of Gambling Studies / Co-Sponsored by the National Council on Problem Gambling and Institute for the Study of Gambling and Commercial Gaming*, 20 (4), pp. 405-423.
- Williams R.J., West B.L., Simpson R.I. (2012), "Prevention of problem gambling: a comprehensive review of the evidence and identified best practices", Guelph: Ontario Problem Gambling Research Centre; Ontario Ministry of Health and Long Term Care.