



Comune di Modena
Gruppo Consiliare
IL POPOLO DELLA LIBERTA'

Modena, 05 marzo 2012

*Al Presidente del
Consiglio Comunale di Modena*

Al Sindaco del Comune di Modena

OGGETTO: “No-grazie” alla campagna dei Monopoli di Stato “Giovani e Gioco” e ai messaggi pubblicitari e di marketing rivolti al gioco d'azzardo

ORDINE DEL GIORNO URGENTE

Il Consiglio Comunale di Modena

Premesso

- che l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS) ha avviato una campagna informativa, “Giovani e Gioco”, per sensibilizzare al concetto di “gioco-responsabile”, evidente ossimoro, gli alunni dai 14 ai 18 anni con l'intenzione di estenderla anche agli studenti delle scuole medie;
- che il progetto pilota coinvolge 12 regioni e 15 province italiane;
- che, come sottolineato da vari enti per la prevenzione e la cura delle ludopatie, il dvd interattivo diffuso dall'AAMS per la campagna contiene messaggi che possono essere fraintesi dai giovani, lasciando loro credere che ci si possa dedicare “almeno un po” al gioco, in una logica di marketing e non educativa: “*Evolve chi si prende una giusta dose di rischio mentre è punito chi non rischia mai o rischia troppo!*”; viene promosso l'aspetto non socializzante del gioco: “*Non c'è bisogno di cercare compagni come si faceva da bambini*”, l'attaccamento ai giochi è visto come “*risposta al primordiale bisogno di vincita che l'essere umano ha in sé*”; ricorrono giudizi negativi a fronte di un atteggiamento di rifiuto: “*Ti manca solo una frusta fra le mani... Lo spirito bacchettone aleggia sulla tua testa! Per te non esistono i colori... Integerrimo ...o rigido come un ghiacciolo appena tolto dal freezer? Urge ammorbidente*”, al contrario si incoraggia chi ha un atteggiamento disponibile: “*Non sei un fanatico, ma non ti fai mancare una partitella ogni tanto...Il tuo motto? Poco non fa male*”, ecc.;
- che la Rai trasmette, sia pure con un invito finale alla “responsabilità”,

pubblicità ambigue tra cui quella dell'AAMS: “ La prima volta non si scorda mai”, storiella di un ragazzo che invece di emozionarsi per la prima uscita con una sua coetanea, si prepara al primo appuntamento con una macchinetta mangiasoldi, spot ora ritirato, ma che, avendo girato su YouTube, ha già raggiunto un numero altissimo di giovani di tutte le età;

- che le innumerevoli offerte di gioco d'azzardo pubblico (lotto, gratta e vinci, scommesse sportive, bingo, slot machine, giochi on line, ecc.) lo rendono di facile accesso a tutti, compreso i giovanissimi.

Considerato

- che l'Italia è prima in Europa e terza nel mondo per volume di denaro speso dai cittadini nel gioco d'azzardo;
- che il fatturato dei giochi legali ammonta a 76,1 miliardi di Euro (circa il 4% del Pil) a cui vanno aggiunti i 10 miliardi, calcolati per difetto, di quelli illegali che finiscono nelle mani della mafia;
- che l'Organizzazione Mondiale della Sanità considera il gioco compulsivo una vera e propria “malattia sociale”;
- che in Italia più di 700.000 persone soffrono di questa forma di dipendenza, cifra in aumento esponenziale nell'attuale congiuntura economica, come tentativo di risolvere i problemi affidandosi alla fortuna;
- che il fenomeno si sta diffondendo in modo preoccupante anche alle donne e ai giovani, coinvolgendo migliaia di minorenni nonostante questo sia vietato per legge;
- che il gioco d'azzardo e la ludopatia riguardano sempre più gli appartenenti alle famiglie di ceto medio-basso con il conseguente ricorso a debiti ed usura.

Ritenuto

- che sul gioco pubblico manca una politica seria che valuti gli impatti negativi dell'incremento della spesa privata in gioco, anziché i soli profitti economici ed erariali;
- che il gioco d'azzardo fa male e può sfociare in una vera e propria patologia di dipendenza senza sostanze, ma altrettanto dannosa, il cui costo sociale supererà gli introiti;
- che il mercato del gioco per i suoi notevoli ricavi si presta ad infiltrazioni mafiose.

Valutato

- che una pubblicità educativa, così come pure la campagna dell'AAMS, dovrebbero informare sui rischi connessi al gioco e non trasmettere messaggi equivoci e dannosi.

**Tutto ciò premesso e considerato,
impegna la Giunta comunale:**

1. a contrastare ogni forma di pubblicità ambigua sul gioco e a vietare la campagna informativa dell'AAMS nelle scuole di Modena;
2. a promuovere iniziative di sensibilizzazione ai rischi collegati al gioco e al pericolo di ludopatia rivolte all'intera cittadinanza ed in particolare da attivarsi in modo capillare nelle scuole per informare ed educare le giovani generazioni con i mezzi più adeguati;
3. a fare quanto è in Suo potere per ridurre la distribuzione dei giochi sul territorio o almeno per ostacolarne l'aumento;
4. a controllare il mercato dei giochi dai possibili influssi della criminalità organizzata e dell'usura.

Luigia Santoro

Adolfo Morandi

Sandro Bellei

si prega di diramarlo agli organi di informazione