

Sisal e Lottomatica: "Noi sponsor etici". Fiasco: "Fanno solo marketing"

Nei bilanci sociali le due maggiori imprese italiane nel gioco d'azzardo dicono di puntare alla "crescita del business agendo in modo responsabile, sicuro e legale. Per il sociologo vogliono solo convincere l'opinione pubblica di essere "rispettabile e normali", attenti "alle persone che già sono deboli"

29 settembre 2014 - 12:05

MILANO - I bilanci sociali 2013 di Sisal e Gtech-Lottomatica dedicano ampio spazio all'impegno delle sue imprese nella **"promozione di una cultura di gioco consapevole ed equilibrato"**. E per questo hanno promosso campagne di sensibilizzazione, studi e ricerche, formazione del personale e controlli sulla correttezza dei messaggi pubblicitari. "Sisal è consapevole che per i soggetti più vulnerabili la partecipazione senza controllo ai giochi con vincita in denaro può portare allo sviluppo di una dipendenza ed essere causa di problematiche personali e sociali", si legge nel rapporto.

Lottomatica aggiunge che il suo obiettivo è quello di **"ottimizzare la crescita del business agendo in modo etico, responsabile, sicuro e legale**, attraverso un modello di sviluppo sostenibile, nella consapevolezza che una gestione responsabile del gioco, per gli impatti sociali che comporta, sia una condizione inscindibile dalle altre attività". Sisal e Lottomatica, in particolare, hanno finanziato nel 2013 una ricerca, realizzata dall'Università La Sapienza di Roma, dalla quale emerge che **"i giocatori problematici rappresentano l'1,65% della popolazione italiana adulta", circa 790mila adulti** su un totale di 48 milioni di cittadini maggiorenni.

Le pagine dedicate all'impegno di Sisal e Lottomatica alla prevenzione del gioco d'azzardo patologico **non convincono Maurizio Fiasco**, sociologo, che insieme a Redattore sociale ha analizzato i due bilanci sociali (vedi anche lanci precedenti): **"Quel che ci vogliono far credere è che i giocatori patologici sono una minoranza trascurabile e che il problema sta nella loro debolezza e non invece nella pervasività delle offerte di gioco** in denaro dell'industria dell'azzardo italiana". Le imprese sperano così di riuscire a convincere l'opinione pubblica che il loro business è "rispettabile e normale", attento "alle persone che già sono deboli".

Secondo Fiasco invece **una vera responsabilità sociale d'impresa richiede che chi gestisce il business si assuma la responsabilità** giuridica delle conseguenze della propria attività. "Ma in Italia Sisal, Lottomatica e le altre società del settore sono solo delle concessionarie per conto dei Monopoli di Stato –aggiunge – E la responsabilità giuridica del concessionario non esiste, perché non è un imprenditore ma per conto dello Stato svolge solo un compito. In questo sistema quindi è lo Stato il responsabile". Il finanziamento di progetti di sensibilizzazione o le sponsorizzazioni alle onlus **"sono operazioni di marketing e non responsabilità sociale d'impresa"**.

Sisal e Lottomatica finanziano anche il sito giocaresponsabile.it, gestito dalla Federserd, la Federazione italiana degli operatori dei dipartimenti e dei servizi delle dipendenze. Si possono trovare informazioni e consigli sulla dipendenza patologica dal gioco, il numero verde della Help line e la possibilità di chattare con un esperto. "È un'assurdità - sottolinea Fiasco - **È come se i produttori di sigarette finanziassero un portale dedicato al tumore al polmone"**. Di parere opposto Maurizio Fea, responsabile del progetto per la Federserd. "In cinque anni i contatti sono stati circa 110mila e abbiamo registrato 10.500 persone con situazioni problematiche – spiega – Dal 2013 inoltre c'è la possibilità di farsi curare attraverso un percorso di terapia on line personalizzato: lo hanno seguito 100 persone". (dp)

© Copyright Redattore Sociale

TAG: **SISAL, LOTTOMATICA, LUDOPATIE, MAURIZIO FIASCO, GIOCO D'AZZARDO, FEDERSERD, SLOT MACHINE, FUNDRAISING**