

## AAMS, IL GOVERNO DEI GIOCHI

### GABRIELLA ALEMANNO

Direttore per le strategie

AAMS

(AMMINISTRAZIONE AUTONOMA DEI MONOPOLI DI STATO)

C'era una volta la schedina del Totocalcio. Simbolicamente anche la storia della comunicazione istituzionale dell'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato potrebbe iniziare come una favola!

Le affinità non mancano: la leggerezza che il momento del gioco suscita sempre in ciascuno di noi, il profondo legame fra tradizionali forme di intrattenimento, come l'appuntamento con l'1 x 2 domenicale, e il tessuto sociale e culturale di un Paese. Eppure comunicare "le regole" del gioco non è altrettanto semplice.

L'azione amministrativa diretta alla regolazione ed al controllo dell'intero comparto del gioco pubblico svolta da Aams richiede la massima incisività.

Le ragioni risiedono nell'avviato cammino della globalizzazione e nello sviluppo delle moderne tecnologie: il giocatore è divenuto un consumatore molto più esperto ed esigente, oltre che in misura maggiore attento alle dinamiche di mercato che lanciano nuove proposte di gioco.

Ogni amministrazione al passo con i tempi deve oggi saper tener conto di questo processo evolutivo per la sua sfera di competenza: anche Aams cerca puntualmente di sostenere questo trend riconoscendo il grande valore sociale dell'intrattenimento. Per questa ragione, vengono ideate proposte e offerte di gioco sempre più innovative che presentano però una caratteristica esclusiva: garantisce l'ordine pubblico e la tutela del consumatore.

Ecco la necessità di un quadro normativo molto attento, di un soggetto pubblico che sia in grado di garantire regole chiare, massima trasparenza e sicurezza per tutti. Concetti essenziali che somigliano quasi a uno slogan, ma che indicano una complessa e articolata attività composta sia dalla costante verifica sulla regolarità del comportamento degli operatori del settore, sia sul contrasto del fenomeno dell'illegalità.

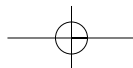
A questo proposito, per esempio, è stato appositamente ideato il logomarchio "Gioco Sicuro", che serve a contraddistinguere i prodotti di gioco controllati dallo Stato.

Aams ha emanato anche un decreto di inibizione all'accesso dei siti non autorizzati alla raccolta del gioco online.



Un'occasione per porre in evidenza come, in nome della tutela del consumatore, dall'Amministrazione siano avviate fattive sinergie fra le diverse istituzioni impegnate nel contrasto all'illegalità, come la Guardia di Finanza e altri protagonisti del mercato, come i principali gestori della telefonia.

In più, affinché i benefici di un ambiente tecnologicamente avanzato si riflettano positivamente sulla collettività, Aams ha individuato - in collaborazione con Sogei SpA - misure e soluzioni dirette alla assoluta





trasparenza, come i totalizzatori nazionali per le scommesse ippiche e sportive; il totalizzatore nazionale del nuovo Totocalcio – Totogol; i sistemi di controllo del gioco del Bingo; il sistema di controllo degli apparecchi da divertimento e intrattenimento. Grazie a questa sinergia, l'Italia è il primo paese europeo che può vantare la rete telematica più vasta mai connessa in un mercato del gioco pubblico.

Ugualmente affascinante è stata la progettazione del G.I.S. (Global Information System), un progetto che analizza i dati relativi a una importante risorsa per lo Stato, come i volumi di raccolta del gioco pubblico, le informazioni sulle reti di distribuzione dei prodotti sul territorio nazionale, nonché il

gradimento e le abitudini di consumo degli utenti. Questo sistema informatico è in grado di raccogliere, classificare, analizzare, valutare e accorpare i dati disponibili attraverso uno strumento di datawarehouse. Una elaborazione che sostiene alcune fra le decisioni più strategiche dell'Amministrazione.

Al centro di tutto ciò, desideriamo sottolineare quanto la best practise di questa Amministrazione, che ha saputo interpretare un'importante evoluzione legislativa, costituisca per la nostra Amministrazione uno dei contenuti essenziali per una

efficace comunicazione istituzionale. Non meno stimolante, è stato l'impegno nel saper completare la composizione di un messaggio altamente significativo e, al tempo stesso, facilmente fruibile, capace di conciliare gli obiettivi economici derivanti dalla raccolta dei giochi con gli importanti valori legati al sostegno dello sport, dell'ippica, della valorizzazione del patrimonio artistico e delle good causes.

Sono questi i temi della comunicazione Aams veicolata attraverso numerosi strumenti di informazione, come l'Annual Report, le brochure

istituzionali, il sito Aams e il mensile "Il Punto Vincente" distribuito in tutte le ricevitorie d'Italia.

Guardando al domani, è facile immaginare come le sfide per l'Amministrazione non siano certo ultimate. Tantomeno nell'anno in cui ricorrono gli 80 anni della sua istituzione: il 2007! Aams dovrà far percepire sempre di più all'opinione pubblica italiana il suo ruolo di soggetto regolatore attivo del comparto del gioco pubblico del nostro Paese. Un impegno necessario nell'ambito di un riassetto complessivo del mercato, confermato dal recentissimo ingresso degli operatori esteri in Italia. Una condizione indispensabile affinché l'offerta di intrattenimento sia sempre più sicura e controllata.