



Comunicato stampa

Con SNAI e Oliviero Toscani si “Gioca per vincere”

Il brand è il fulcro di una campagna di comunicazione a sostegno del gioco responsabile: un invito alla razionalità e alla visione del gioco vissuto come momento di svago e divertimento

ROMA – Giocare per svago, giocare per socializzare, giocare per divertirsi: concetti positivi che Oliviero Toscani ha elaborato per Snai e condensato nel brand “**Gioca per vincere**”, con l’obiettivo di sostenere un approccio a giochi e scommesse sempre più lontano dai rischi della compulsività.

Negli ultimi anni l’Italia ha vissuto un significativo aumento dei giochi e delle scommesse autorizzati dalla legislazione del nostro Paese, e in questo contesto ha assunto un ruolo sempre più importante la prevenzione degli aspetti compulsivi. Anche se le patologie legate al gioco riguardano una percentuale minima della popolazione (tra l’1,5 e il 3%, per l’Italia si tratta quindi di circa 700mila individui), i comportamenti conseguenti compulsività ludiche arrivano quasi sempre a coinvolgere l’ambito familiare del giocatore patologico: di conseguenza, è quanto mai necessaria una comunicazione tempestiva ed efficace, in grado di frenare l’eccesso di gioco o comunque di spingere il giocatore compulsivo a cercare aiuto e sostegno presso la propria famiglia o presso strutture sanitarie.

Diversi studiosi, quali Robert Custer, D.W. Bolen, W. H. Boyd e Giuseppe Imbucci, hanno evidenziato come il gioco patologico si sviluppa in un disturbo progressivo, passando attraverso diverse fasi comuni a tutti i giocatori: l’impulso per il gioco diviene sempre più irrefrenabile, accompagnato dall’incapacità di ricorre e un pensiero logico.

Si arriva al cosiddetto “chasing”: il giocatore patologico, in una sorta di autolesionismo, rincorre la perdita e non la vincita, e maggiori sono le perdite, maggiore è l’aumento dell’attività di gioco nella speranza di recuperare quanto si è perso. E’ quasi un giocare per perdere, per punire inconsciamente se stessi.

Oliviero Toscani ha sviluppato per Snai un brand che spinge il giocatore verso una presa di coscienza, la razionalità e l’autocontrollo. Occorre arrivare alle motivazioni del giocatore patologico, spezzarne le spinte compulsive verso perdite sempre maggiori e sostenere, invece, le motivazioni ludiche, ricreative, positive dell’atto del giocare. Concetti uniti nel claim “Gioca per vincere”, condensato in un bersaglio, quindi in un vero e proprio obiettivo; si deve avvicinare il gioco per vincere, giocando con attenzione, moderazione e razionalità.

I colori (rosso, bianco, nero) sono quelli tipici dei segnali di pericolo: senza voler drammatizzare l’atto del giocare, si vuole ricordare al giocatore la necessità di tenere sempre alta l’attenzione, del saper percepire il momento in cui è necessario fermarsi e non andare oltre le proprie possibilità.

Il brand “Gioca per vincere” raccoglie, con estrema semplicità, tutti i concetti positivi dell’atto del gioco: puntare al successo, non alla sconfitta, anche personale. Il marchio è presente in tutti i Punti e Corner Snai, in tutta la comunicazione istituzionale e pubblicitaria, oltre che sui siti www.snai.it e sui siti dei diversi skill games Snai.

Milano, 3 marzo 2010

Relazioni esterne e ufficio stampa

Valeria Baiotto – Tel. +39.02.4821.6254 – Cell. +39.334.600.6818 – e-mail valeria.baiotto@snai.it
Giovanni Fava – Tel. +39.02.4821.6208 – Cell. +39.334.600.6819 – e-mail giovanni.fava@snai.it