



Gioco e minori

«Facciamo girare la voce»

Nelle tabaccherie la settima edizione della campagna contro il gioco minorile

Rimarcare che tutti i giochi con vincite in denaro sono vietati ai minori di 18 anni: questo il messaggio della campagna informativa «Facciamo girare la voce», il tour informativo per la prevenzione del gioco minorile che ha preso il via lo scorso 29 maggio da Cuneo e nell'arco di 9 settimane attraverserà tutto il territorio nazionale per poi concludersi a Rimini il 25 luglio prossimo.

Giunto ormai al settimo anno, il progetto, frutto della consolidata partnership tra FIT, Lottomatica e Moige (Movimento Italiano Genitori), prevede l'avvio di una serie di appuntamenti che coinvolgeranno 105 tabaccherie di 26 città italiane.

Come nella precedente edizione, anche quest'anno la scelta è caduta sui piccoli centri, con il coinvolgimento diretto dei rivenditori in quanto «attori chiave» di una relazione diretta con le persone.

Si tratta di un lungo percorso finalizzato a condividere informazioni utili nel processo di sensibilizzazione pubblica sull'argomento.

Del resto la FIT, insieme ai suoi partner storici, è da anni impegnata a diffondere e far conoscere sempre di più l'esistenza di un divieto che in Italia è stabilito in maniera netta da una legge, nonché ribadire il ruolo primario della categoria, che da sempre opera nella legalità e nel rispetto delle regole.

La conferma del coinvolgimento dei tabaccai nella nuova edizione di «Facciamo girare la voce» è certamente motivo di orgoglio e deve costituire la cassa di risonanza affinché arri-



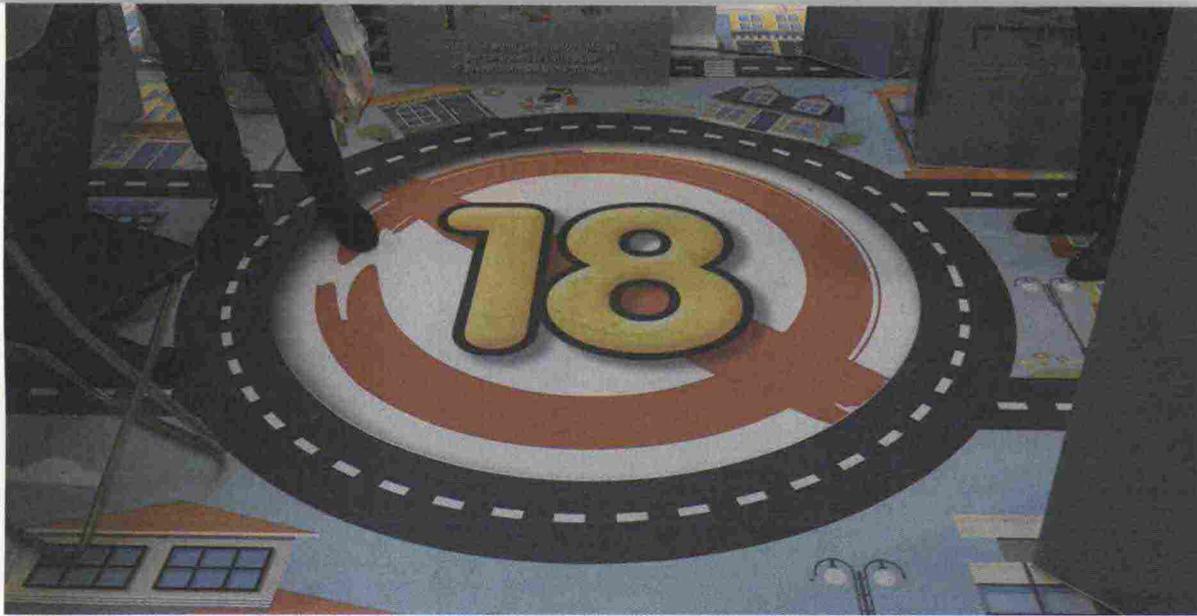
La campagna sui social network: istruzioni per l'uso!

Tabaccai o clienti che possiedono un profilo social potranno condividere un post simpatico e accattivante sulle tappe e la campagna del tour «Facciamo girare la voce».

A tal proposito si potrà usare l'hashtag ufficiale #facciamogirarelavoce ovvero taggare le pagine social della campagna (es. account Facebook: @facciamogirarelavoce).

Coloro che saranno presenti presso i punti vendita in cui si svolgerà la campagna potranno inoltre inserire il geotag (ossia localizzarsi presso il punto vendita) e postare dal proprio smartphone un contenuto sull'iniziativa (una foto, un breve video, un Boomerang ovvero un Instagram Stories).

«Facciamo girare la voce» tutti insieme. Visitate anche voi le pagine della campagna ed aiutateci a promuovere l'iniziativa affinché le tabaccherie siano, ancora una volta, protagoniste nel diffondere il messaggio per un corretto approccio al gioco pubblico.



vi forte e chiaro il messaggio che quella delle tabaccherie è, a tutti gli effetti ed inequivocabilmente, la rete di vendita legale dello Stato.

Il progetto si concluderà il 25 luglio 2018, dopo tre mesi in cui la Penisola verrà attraversata in lungo e in largo.

In questo arco di tempo gli operatori del **Moige** sosterranno all'interno di alcune tabaccherie per incontrare la clientela per:

- informare le famiglie e l'opinione pubbli-

ca sull'esistenza dell'offerta di gioco legale della rete dei concessionari autorizzati dallo Stato, l'unica che può garantire trasparenza e tutela dei giocatori;

- sensibilizzare i genitori, i tabaccai e i rivenditori ricordando loro che è vietato consentire la partecipazione ai giochi pubblici con vincita in denaro ai minori di 18 anni;

- invitare i genitori a utilizzare strumenti di controllo e a dialogare con i propri figli sul te-

ma del gioco per prevenire comportamenti vietati;

- illustrare agli adulti gli strumenti idonei a riconoscere atteggiamenti e comportamenti che possano ricondursi ad un'eventuale dipendenza da gioco.

Grazie a un programma capillare, ogni settimana saranno visitate tre città italiane, da Nord a Sud.

In ciascuna giornata 4 tabaccherie ospiteranno il personale del **Movimento Italiano Genitori** che distribuirà materiale informativo utile al confronto con le persone con cui entrerà in contatto.

Oltre al contatto diretto, la campagna prevede anche una diffusione del messaggio tramite i social network più diffusi, grazie ai quali verranno condivisi post ed immagini del tour.

Dopo aver coinvolto oltre 300mila persone con le campagne degli anni scorsi, l'obiettivo di questa edizione è quello di diffondere sempre più il messaggio di un approccio corretto al gioco pubblico, attraverso il raggiungimento di diverse parti del territorio nazionale.

Come sempre, dunque, invitiamo tutti i tabaccai a tenere gli occhi sempre ben aperti e fare massima attenzione al fine di evitare che un minorenne possa accedere al gioco pubblico con vincite in denaro.

Non dimenticate che, nel dubbio, il tabaccaio ha il diritto di richiedere il documento d'identità ed il cliente il dovere di esibirlo.

In caso contrario, il rivenditore è autorizzato a rifiutare la raccolta della giocata.