



Gioco e minori/2

La voce dei protagonisti

Ascoltiamo l'opinione di chi ha ospitato in tabaccheria il tour

La settima edizione del progetto di sensibilizzazione sul divieto di gioco da parte dei minori, ha già fatto tappa in numerose città, tra cui Modena e Pordenone.

Abbiamo pertanto deciso di raccogliere le impressioni di alcuni dei partecipanti all'iniziativa e, in particolare, di Paolo Bigarelli, Presidente del Sindacato Provinciale Tabaccai FIT di Modena e di Manuela Schiavo in qualità di Presidente del Sindacato Provinciale Tabaccai FIT di Pordenone, che hanno ospitato, nelle rispettive tabaccherie, gli operatori del **Moige**.

Siamo curiosi di ascoltare direttamente dalla loro voce cosa pensano dell'iniziativa e del fatto che, analogamente alla precedente edizione, le tabaccherie hanno partecipato attivamente al progetto.

VdT: Presidente Bigarelli, per il secondo anno consecutivo la campagna informativa si sta svolgendo nelle tabaccherie, che idea si è fatto dell'iniziativa?

Bigarelli: «Ricalcare il solco già tracciato lo scorso anno è stata senz'altro una scelta importante per dare forza e continuità al messaggio che i minorenni non devono partecipare al gioco pubblico con vincite in denaro.

Farlo direttamente nelle tabaccherie è, a mio giudizio, un'idea vincente. Ritengo che noi tabaccai abbiamo l'esperienza necessaria per poter gestire il contatto diretto con il pubblico ed inoltre, grazie ai molteplici anni passati dietro il bancone, siamo in grado di poter governare anche eventuali situazioni di carattere particolare».

VdT: Dunque, crede che i tabaccai possano detenere gli strumenti idonei per poter gestire al meglio anche eventuali criticità?

Bigarelli: «Certamente. Oggigiorno l'offerta di gioco è molto ampia ed aperta a diversi operatori del settore ma, a differenza di altri, noi tabaccai siamo obbligati a partecipare a corsi di formazione, come ad esempio per l'ottenimento della concessione del Gioco del Lotto o per l'idoneità professionale per la vendita dei tabacchi. Si tratta di un'offerta formativa molto importante nel corso della quale, oltre agli aspetti regolamentari, vengono affrontati anche temi che riguardano un corretto approccio al gioco pubblico ed al rischio GAP. Si tratta di un'attività formativa in piedi già da di-





versi anni e varata dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli che, come sappiamo, è l'ente regolatore del comparto del gioco pubblico in Italia».

VdT: Che ne pensa del ruolo e dell'attività che la Federazione Italiana Tabaccai svolge e porta avanti sul gioco responsabile?

Bigarelli: «Da molti anni partecipo attivamente alla vita del Sindacato ed ho la fortuna di incontrare costantemente colleghi e vertici della FIT.

Ci confrontiamo continuamente su questo ed altri delicati temi che ritengo siano di fondamentale importanza per la sopravvivenza delle nostre attività. Del resto, è anche grazie alla FIT se il principio della responsabilità sociale è ben presente in ciascun rivenditore di generi di monopolio.

Per tale ragione non posso che esprimere apprezzamento sul ruolo e sulle iniziative che la FIT porta avanti da anni, tanto sul gioco, quanto sul fumo. Noi siamo la rete dello Stato e per certi versi lo rappresentiamo sul territorio. Tale compito lo svolgiamo degnamente ma ogni occasione deve essere propizia per non dimenticare mai il valore della «T» che esponiamo fuori dai nostri locali».

VdT: Dal punto di vista dei clienti, invece, ritiene che l'iniziativa possa essere stata di loro gradimento?

Bigarelli: «Il giudizio che ho avuto modo di raccogliere da alcuni dei miei clienti abituali è stato più che positivo.

Le persone più adulte, in particolar modo chi ha figli o nipoti, si sono mostrate incuriosite dalle informazioni utili per affrontare il tema del gioco pubblico proprio con i minori e comprendere come poter gestire la situazione in caso di necessità. In particolar modo, molti sembravano interessati ad acquisire gli strumenti idonei per riconoscere atteggiamenti o comportamenti che possano ricondursi ad un'eventuale dipendenza.

Grazie all'utilizzo dei social network però ritengo che la campagna sia stata di sicuro interesse anche per i giovani. È senz'altro un modo di "colloquiare" a loro più congeniale e familiare».

Dopo questo interessante scambio di opinioni con il Presidente Bigarelli, ci muoviamo alla volta di Pordenone dove abbiamo appuntamento con Manuela Schiavo, Presidente del Sindacato Provinciale Tabaccai FIT di Pordenone.

Nella sua tabaccheria il tour di «Facciamo girare la voce» ha fatto sosta lo scorso 12 giugno.

VdT: Presidente Schiavo, cosa ne pensa della campagna informativa «Facciamo girare la voce»? Ritiene soddisfacente il progetto?

Schiavo: «Sfruttare la capillarità delle ta-

baccherie sul territorio mi è sembrata un'ottima idea. Entrare direttamente in contatto con chi frequenta i nostri esercizi e farlo privilegiando i piccoli centri a discapito delle grandi città metropolitane, dove i ritmi sono più frenetici, credo sia stata una scelta azzeccata.

Personalmente ho ospitato ben volentieri l'iniziativa che ritengo valida anche in considerazione dei partner che l'hanno supportata. Le informazioni dispensate sono state sempre chiare ed esaustive ed anche il materiale a supporto dell'iniziativa mi sembra ben congeniato ed accattivante».

VdT: Come valuta il coinvolgimento diretto dei tabaccai?

Schiavo: «In molte realtà locali la tabaccheria costituisce un punto di riferimento. Si tratta di un ambito che tutti conoscono e magari frequentano da anni. Del resto, basta considerare che molti dei nostri clienti sono anche vecchi amici. I nostri esercizi rappresentano anche un presidio del territorio in un ambito come quello del commercio in cui, con l'avvento del web, la situazione è sempre più difficile.

La rete di vendita fisica è in forte crisi e ritengo che la nostra, a differenza di altre, svolga un ruolo fondamentale anche dal punto di vista sociale.



Per tali ragioni non posso che condividere la scelta di avere le tabaccherie come palcoscenico per campagne di sensibilizzazione come quella sul divieto di partecipazione dei minori al gioco pubblico».

VdT: Come hanno accolto i suoi clienti il progetto?

Schiavo: «Bisogna innanzitutto considerare che i nostri esercizi sono frequentati da una clientela eterogenea. Alcuni inizialmente mi sono sembrati titubanti tuttavia, una volta rotto il ghiaccio, si sono prestati volentieri a fare da testimonial per la campagna ed accogliere i suggerimenti delle operatrici. Altri, invece, hanno capito fin da subito l'importanza del messaggio che veniva proposto e ne hanno condiviso immediatamente l'opportunità. Direi che alla fine sono rimasti tutti soddisfatti e sono andati via anche contenti di aver ricevuto il gadget che gli è stato regalato in ricordo dell'iniziativa».

VdT: Reputa utile l'attività promossa dalla FIT nel campo della responsabilità sociale?

Schiavo: «Non soltanto utile ma indispensabile. La nostra categoria si è sempre contraddistinta per capacità e competenza, rappresentando lo zoccolo duro del comparto giochi pubblici ed in particolare per Lotto e Lotterie.

Da anni la nostra Federazione punta sulla qualità e la professionalità della categoria, impegnando la stessa ad agire nella consapevolezza che un atteggiamento socialmente responsabile è prioritario su ogni altro interesse. Questo impegno nel corso del tempo costituisce un atteggiamento premiante che ci rende ancora più forti e credibili. Un impegno che ha origini lontane e che dobbiamo pertanto continuare a sostenere e coltivare con tutta la dedizione possibile».

Salutiamo e ringraziamo Paolo Bigarelli e Manuela Schiavo per aver voluto condividere con noi le impressioni sull'iniziativa che, da quanto abbiamo avuto modo di apprendere e vedere anche dai post e dalle foto che campeggiano sui social network, è stata ben accolta da tutti, giovani e meno giovani.