



ESPORTSMAG

ANES

ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

Alla c.a.

Agenzia delle Dogane e dei Monopoli

Direzione Generale

adm.openhearing@adm.gov.it**OGGETTO: PROPOSTE DI MODIFICA AL REGOLAMENTO DEL BINGO - GIOCONEWS****Premessa:**

Facendo seguito alle precedenti proposizioni e segnatamente all'incontro "Open hearing" promosso dall'**Agenzia delle Dogane e dei Monopoli** in data 6 novembre 2020, dal titolo: "Modifiche al regolamento del Bingo", con la presente relazione il network di **Gioco News** – quale pubblicazione leader nel settore del gioco pubblico, edita da **Gn Media** - vuole contribuire alla causa proposta dell'individuazione di modifiche da apportare al Regolamento del Bingo, "al fine di rendere l'offerta del gioco maggiormente attrattiva anche attraverso l'incremento della digitalizzazione, pur mantenendo la dinamica del puro intrattenimento".

Dal punto di vista delle location gioco:

Nella convinzione che ogni forma di gioco debba essere necessariamente sottoposta a un'operazione di *restyling* per poter essere mantenuta nel tempo, nel caso del Bingo, tipicamente più rivolto a un target di giocatori più adulto, la sfida principale potrebbe essere quella della modernizzazione di alcune modalità di gioco, attraverso il ricorso alle nuove tecnologie, in modo da poter avvicinare anche un pubblico più giovane. Fermo restando che l'esperienza del bingo risiede prevalentemente nella dimensione "fisica" nel gioco che lo rende un "prodotto" caratterizzato dalla forte socialità: caratteristica, questa, che deve essere mantenuta e ulteriormente valorizzata. Pertanto, oltre alle regole del gioco e agli strumenti tecnologici, ha senso ipotizzare l'ampliamento delle possibilità di offerta da effettuare all'interno delle location, per esempio estendendo l'offerta di giochi al suo interno o altri servizi di "entertainment", che possano fungere da richiamo al di là del bingo stesso. Come potrebbe essere per esempio l'offerta di "poker live", per il quale si attende un bando di gara per l'assegnazione delle concessioni da quasi dieci anni. Oppure attraverso spazi dedicati a spettacoli e altre attività accessorie.

Dal punto di vista del gioco:

Il nuovo gioco del Bingo, per essere maggiormente attrattivo, dovrà garantire un livello di vincite in linea con gli altri prodotti di gioco a cui è ormai abituato il giocatore. Prendendo spunto dalle modalità che risultano più gradite ed efficaci negli altri giochi, in modo da sfruttare l'esperienza maturata dal 2003 ad oggi. Tra le varie possibilità, si potrebbe ipotizzare l'introduzione di meccanismi che permettano di realizzare vincite minori ma in modo più frequente. Oppure si potrebbero prolungare le estrazioni dopo l'uscita del "bingo", nel caso in cui una partita si concluda troppo rapidamente. Per esempio si potrebbe stabilire che, se la sessione di gioco si conclude prima di X:XX minuti, le stesse cartelle concorrono per un premio speciale che magari potrebbe essere assegnato con un'ulteriore estrazione di uno o più numeri successivi (es: dopo aver assegnato il bingo, si estrae un numero ulteriore e vince il giocatore che ha quel numero su più cartelle). Oppure, come avviene nel Simbolotto, ogni cartella potrebbe essere accompagnata da un simbolo e nel caso in cui si verifica l'estrazione speciale si estrae un simbolo in maniera random, invece di un altro numero.

Gn Media S.r.l.

Corso Tacito 101, Terni (TR) - 05100

P.Iva 01419700552

C.F. e N. Iscrizione R.I. della CCIAA di Terni 01419700552

Telefono (+39) 0744461296

Fax (+39) 0744461362

E-mail: gnmediasrl@pec.it

ROC N.18462



In questo modo si potrebbe colmare l'effetto “depressivo” causato nei giocatori quando si verifica un bingo in tempi rapidissimi dando un'ulteriore possibilità per un premio di consolazione.

Dal punto di vista tecnologico:

Il restyling del Bingo dovrà tuttavia passare anche – e soprattutto – per un ammodernamento tecnologico dell'offerta, con le giocate che possono più transitare (necessariamente o solamente) per la mera cartella cartacea. Non è più pensabile una schedina da stampare come avviene oggi e comunque non sarebbe più sufficiente. Oltre ai già evidenti vantaggi dal punto di vista della tracciabilità e dello snellimento delle procedure, la smaterializzazione delle cartelle – già ipotizzata dall'amministrazione – renderebbe più rapido il flusso di gioco, migliorandolo. Tuttavia, il passaggio non dovrà essere completo e globale, in quanto il pubblico del bingo, come detto, risulta di età per lo più avanzata e quindi spesso meno incline all'adozione di strumenti tecnologici. Quindi il rischio sarebbe quello di perdere clientela invece di acquistarne di nuovo e magari anche di rinunciare all'attuale zoccolo duro dei giocatori. La soluzione ideale potrebbe essere quindi quella di un approccio ibrido, oppure quello della stampa delle cartelle semplificata, cioè direttamente all'interno della sala, evitando l'acquisto preliminare per gli operatori come avviene oggi. Per consentire di estendere la platea e attirare un pubblico più giovane, invece, si dovrebbe considerare un'altra forma di ibridazione e cioè quella tra gioco fisico e online, consentendo per esempio di partecipare a sessioni di gioco che avvengono all'interno di una sala bingo terrestre anche a distanza. Come avviene oggi nel segmento dei “casino games” con la modalità di gioco “live” in cui un giocatore, da casa o via mobile, può sedere virtualmente al tavolo di una roulette partecipando a una sessione di gioco con un croupier in carne ed ossa che si trova all'interno del casinò. In questo modo si andrebbe a svincolare la fruizione del gioco dall'obbligo di visitare una determinata location, puntando su una modalità di gioco che possa essere utilizzata in tutte le modalità disponibili attualmente, quindi anche (e soprattutto) online e mobile oltre che attraverso il canale Retail. Tale modalità, aggiuntiva e complementare, non andrebbe infatti in concorrenza con la frequentazione delle sale ma andrebbe soltanto a incrementarne in flussi economici attingendo a un nuovo pubblico.

Dal punto di vista della promozione:

L'attrattività del nuovo Bingo sarà l'aspetto più importante da considerare e per massimizzare l'appeal del prodotto, oltre agli aspetti tecnici e relativi alle modalità di gioco e alle vincite, sarà importantissima la promozione del gioco, anche questa in ottica rigorosamente “multichannel”.

Con riferimento alle comunicazioni ai consumatori (B2C) sarà quindi necessario e fondamentale poter pubblicizzare il nuovo gioco in maniera più ampia e variegata possibile. A tale scopo, i limiti del c.d. “decreto Dignità” che impediscono ogni forma di pubblicità, promozione e comunicazione di giochi con vincita in denaro rappresentano un ostacolo insormontabile per il lancio del nuovo prodotto, rendendone impossibile la diffusione. Tale iniziativa, tuttavia, potrebbe rappresentare un'occasione per proporre la rivisitazione delle norme previste dal suddetto decreto, tenendo anche conto delle sopraggiunte criticità emerse relativamente all'interpretazione delle disposizioni e, quindi, alla loro applicazione (come ravvisato anche dall'Autorità garante delle Comunicazioni in un provvedimento specifico) e del mutato contesto che potrebbe ritenere ormai superata l'esigenza di una restrizione totale delle comunicazioni dei giochi. Ciò potrebbe e dovrebbe essere giustificato altresì dalla connotazione dichiaratamente “sociale” di questa particolare offerta di gioco.

Gn Media S.r.l.

Corso Tacito 101, Terni (TR) - 05100

P.Iva 01419700552

C.F. e N. Iscrizione R.I. della CCIAA di Terni 01419700552

Telefono (+39) 0744461296

Fax (+39) 0744461362

E-mail: gnmediasrl@pec.it

ROC N.18462



In ogni caso, pur rimanendo vigente il divieto previsto dal Dl Dignità, si potrebbe comunque prevedere/proporre un esonero del bingo dall'ambito di applicazione delle norme, come già accaduto per le lotterie nazionali: magari anche pensando a un esonero dell'intero Gaming Retail, in modo da poter consentire a chi apre una nuova location di gioco di poterlo far sapere almeno alla cittadinanza (oggi a causa del divieto totale non si può fare nemmeno un'attività di volantinaggio, un'affissione o una pubblicità su un giornale per dire che sta aprendo un locale di gioco).

Conclusioni

Tutto ciò premesso, in riferimento alla strategia di rilancio e ammodernamento del gioco del Bingo a cui intende contribuire con tale nota, si ritiene fondamentale la creazione di un nuovo prodotto di gioco che sappia trarre spunto e quindi beneficio dalla lunga e importante esperienza ricavata dagli anni precedenti nella gestione dei singoli giochi pubblici. Unendo i punti di forza ravvisabili nei singoli prodotti, sia dal punto di vista tecnico e tecnologico, ma anche nella fruizione e distribuzione dei prodotti stessi, senza tralasciare tuttavia gli aspetti legati alla comunicazione che anzi – come evidenziato – rappresentano un aspetto fondamentale per il lancio e consolidamento di ogni gioco. Grande attenzione, infine, va riservata agli aspetti di gioco responsabile e più in generale alla sostenibilità dell'offerta di gioco, sia quella specifica del nuovo Bingo, ma anche a quella degli altri prodotti di gioco pubblico più in generale: tenendo conto che il nuovo prodotto si andrebbe ad inserire in un contesto già particolarmente nutrito che caratterizza l'offerta globale italiana e in uno scenario generale già particolarmente esasperato, relativamente alla narrazione del gioco e della percezione generale. Su tali aspetti, tuttavia, giocherà un ruolo fondamentale la tradizionale dimensione sociale del nuovo gioco, la quale andrà quindi giustamente evidenziata e valorizzata, ma anche rafforzata, per esempio introducendo campagne, sistemi e/o soluzioni mirate al gioco responsabile nelle sale.

Come nota conclusiva, tuttavia, si vuole evidenziare come ogni intervento mirato a rivitalizzare un'offerta di gioco non possa prescindere dalla tutela e valorizzazione delle attività esistenti. E ciò è ancora più importante tenendo conto la situazione di sofferenze in cui si trovano da troppo tempo gli addetti ai lavori del comparto, resa ancora più forte dalla pandemia da Covid-19. Tenendo anche conto che la nuova offerta dovrà comunque essere introdotta potendo contare su una rete attiva, forte e in un contesto di sostenibilità. Allo scopo si possono suggerire vari interventi (dalla sospensione dei canoni proroga alla diversa ripartizione erario/montepremi o al differimento dei pagamenti erariale) che possano “tenere in vita” le attività esistenti, sulle quali (ri)costruire anche il Bingo del futuro. Ma tali considerazioni esulano dalla trattazione richiesta e pertanto vengono soltanto accennate e auspicabilmente approfondite dall'Amministrazione nelle sedi opportune.

Gn Media S.r.l.

Corso Tacito 101, Terni (TR) - 05100

P.Iva 01419700552

C.F. e N. Iscrizione R.I. della CCIAA di Terni 01419700552

Telefono (+39) 0744461296

Fax (+39) 0744461362

E-mail: gnmediasrl@pec.it

ROC N.18462