



COMUNICATO STAMPA

“GIOCA SENZA ESAGERARE”: CARTA STAMPATA PER LA NUOVA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE SUL GIOCO RESPONSABILE

Roma, 10 dicembre 2008 – Acquistare un tagliando Gratta e Vinci, giocare con la fortuna sperando di vincere, divertirsi senza mai illudersi che sia la soluzione per cambiare la propria vita. Con un suggerimento: **“Gioca senza esagerare”**.

E' questo infatti il claim della nuova campagna promossa da Lottomatica e AAMS (Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato) per sostenere il tema del gioco responsabile, come anticipato circa un mese fa in occasione della presentazione del bilancio sociale del Gruppo Lottomatica, nel corso della quale venne comunicata l'adozione di un codice per l'autodisciplina pubblicitaria.

Gratta e Vinci – logo gestito da Lottomatica - ha sposato per primo, sin dal 2007, l'obiettivo del Gruppo, ovvero costruire un modello di gioco legale, equilibrato e moderato, sviluppando l'attività nel rispetto dei giocatori, degli enti regolatori, della comunità e dei media, attraverso comunicazioni esplicite inserite sui tagliandi in vendita.

La centralità del tema del gioco responsabile deve essere garantita non tanto in forza di norme che impongono limiti precisi, quanto dalla consapevolezza che il dialogo con gli utenti finali deve basarsi su chiarezza e trasparenza. Il messaggio veicolato nel testo della campagna ricorda a tutti che responsabilità e moderazione, il rispetto dei propri limiti e delle proprie possibilità, sono le condizioni essenziali per praticare un gioco senza rischi, fatto di puro divertimento.

Un primo passo in tale direzione è rappresentato proprio dalla stesura di un **codice di autodisciplina della pubblicità** che tutti i marchi appartenenti al Consorzio Lotterie Nazionali hanno già applicato. Il claim **Gioca senza Esagerare è stato inserito sui biglietti Gratta e Vinci e su quelli delle Lotterie Nazionali, nonché sugli spot TV e nella campagna stampa.**

La campagna di comunicazione “Gioca senza esagerare” ha l'obiettivo di affermare alcuni principi fondamentali: la vincita non dipende da fattori diversi dal caso, il gioco non può rappresentare un'attività alternativa ad una normale professione.

Il prossimo step del progetto gioco responsabile prevede una campagna informativa, attraverso l'invio di brochure su tutti i punti vendita, volta a sensibilizzare rivenditori e giocatori sull'importanza di un gioco equilibrato e moderato.

Il Consorzio Lotterie Nazionali, con i marchi Gratta e Vinci, Lotterie istantanee e Lotterie Nazionali, crede fermamente nell'opportunità di poter contribuire a formare una cultura del gioco fondata sulla responsabilità di chi gioca, fornendo in tal senso informazioni corrette e suggerimenti utili per divertirsi con la fortuna senza mai esagerare.

Ufficio Stampa Gratta e Vinci

Burson-Marsteller

Andrea Bailo, andrea.bailo@bm.com

Sara Carrer, sara.carrer@bm.com

Tel. 06 6889631

