Workshop Reunion Luiss 2012: Sisal racconta le regole del gioco responsabile

Giovedì 20 e venerdì 21 Settembre si è svolta alla LUISS di Roma la “Reunion 2012” degli Alumni del prestigioso ateneo romano. L’obiettivo della due giorni è stato quello di dar vita ad una “culla di incontri tra generazioni diverse per ripensare il Paese e discutere le nuove regole dell’economia, della politica, della cultura, della ricerca e dell’impresa”.

Tra i tanti temi affrontati si è parlato di gioco responsabile: un argomento che per la sua portata sociale è di interesse non solo per gli addetti ai lavori, ma anche per la società civile.

Nel workshop “Gioco Responsabile: le regole del gioco” promosso da Sisal, che ha riunito analisti e protagonisti del settore, sono stati discussi i temi considerati oggi più caldi: la dimensione del mercato e dell’industria dei giochi, gli impatti per lo stato e la comunità, i modelli di gioco e comunicazione responsabile adottati negli altri Paesi e l’esperienza italiana.

Come un’impresa di successo deve porre la responsabilità sociale al centro del proprio business per contribuire a creare modelli di sviluppo innovativi e sostenibili? A questa domanda Sisal risponde con un programma articolato di Corporate Social Responsibility e di Gioco Responsabile.

“Gioca il Giusto”, spiega Sisal, non è semplicemente un claim delle campagne pubblicitarie, ma è il titolo di un programma di interventi sul gioco responsabile che si pone principalmente tre obiettivi: tutelare il pubblico dei minori di 18 anni a cui è anche vietato l’accesso al gioco, prevenire l’eccesso di gioco e orientare i giocatori problematici che necessitano di assistenza.

Il programma, ispirato alle best practices internazionali e certificato dalla European Lotteries Association e dalla World Lottery Association, fa leva su attività di ricerca, formazione, informazione e su strumenti per l’autocontrollo nel gioco on line.

Particolare attenzione è posta al tema della comunicazione commerciale, dove Sisal ha individuato un percorso a tre step: l’adozione di un codice di condotta aziendale mirato ad evitare messaggi pubblicitari ingannevoli o potenzialmente rischiosi per le categorie più deboli; la definizione - con gli altri player del mercato riuniti in Confindustria nella Federazione Sistema Gioco Italia - di un codice di autodisciplina di settore ispirato alle recenti “Linee Guida per la Pubblicità e il Marketing” della European Lotteries ; infine il nuovo articolo dedicato al settore dei giochi all’interno del Codice dell’Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP), nato appunto dalla collaborazione tra questo Istituto e Confindustria Sistema Gioco Italia. Un ulteriore passo per la promozione di un gioco sano, consapevole ed equilibrato.