

15 Aprile 2026 - 12:40 di Redazione Jamma

L'importanza della sostenibilità nel settore del gioco pubblico è stata al centro del panel “Il valore della sostenibilità nel gioco: percezione pubblica e benefici per le imprese” andato in scena all’Italian Gaming Expo & Conference 2026 in corso a Roma. Un confronto che ha messo in evidenza la distanza ancora esistente tra la narrazione dell’industria e la percezione dei consumatori, sottolineando la necessità di una comunicazione più efficace, trasparente e orientata alla responsabilità.

A offrire uno spaccato particolarmente concreto è stato l’intervento di **Sonia Biondi** (in foto), Associate Director di VVA Market Research, che ha posto l’accento sul ruolo di “traduzione” che gli operatori devono svolgere tra il linguaggio del settore e quello dei giocatori. “Quando parliamo tra addetti ai lavori abbiamo una visione che poi va tradotta: i consumatori percepiscono il gioco in modo molto diverso”, ha spiegato.

Biondi ha evidenziato come il sentimento prevalente, soprattutto tra i più giovani, sia ancora fortemente segnato da diffidenza. Un dato emblematico emerge dall’esperienza diretta: “Davanti a centinaia di studenti, solo circa il 20% associa il gioco al divertimento”. Una percezione condizionata da una narrazione spesso negativa, in cui il gioco viene collegato a truffe o a dinamiche che possono danneggiare le famiglie.

Da qui la necessità di ripensare il ruolo degli operatori. Secondo Biondi, il concessionario non deve più essere visto come un soggetto che incentiva il gioco, ma come un garante della sicurezza. “Non deve portarmi a giocare di più, ma deve proteggermi, mettermi in sicurezza e fermarmi prima che si creino comportamenti a rischio”, ha sottolineato, indicando nella prevenzione uno degli elementi chiave per ricostruire la fiducia.

Il tema della sostenibilità, in questo contesto, assume una dimensione precisa. Se la componente ambientale è percepita come un requisito ormai dato per scontato, la vera leva distintiva è rappresentata dalla dimensione sociale. “La sostenibilità, nella sua componente “S”, significa prima di tutto protezione delle persone”, ha affermato Biondi, evidenziando come questo sia l’aspetto più rilevante per i consumatori.

Un ruolo fondamentale è giocato anche dalla trasparenza e dall’educazione. La

Sostenibilità nel gioco, Biondi (VVA Market Research): “Prioritaria la protezione reale dei giocatori”

scarsa comprensione di concetti base, come le probabilità di vincita o il funzionamento dei payout, contribuisce infatti ad alimentare diffidenza. “Serve una comunicazione chiara e accessibile, ma anche un lavoro di educazione finanziaria, già a partire dalle scuole, per rendere i cittadini più consapevoli dei rischi”, ha spiegato.

In definitiva, dal panel è emerso come la sostenibilità nel settore del gioco non possa limitarsi a dichiarazioni di principio, ma debba tradursi in azioni concrete capaci di incidere sulla percezione pubblica. Solo attraverso responsabilità, prevenzione e trasparenza sarà possibile costruire un rapporto più solido tra imprese e consumatori, trasformando la sostenibilità in un reale vantaggio competitivo.

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=350225>