

6 Luglio 2026 - 17:21 di Redazione Jamma

LeoVegas punta su Teo Teocoli come nuovo ambassador della campagna dedicata al gioco responsabile, in onda dal 19 luglio sulle principali emittenti nazionali. L'iniziativa rappresenta l'evoluzione del percorso avviato nel 2025 con la campagna "Nonno Leo" e conferma l'impegno del marchio nella promozione di un approccio consapevole e sostenibile al gioco.

Protagonista dello spot, realizzato dall'agenzia Armando Testa, è Teo Teocoli nei panni dello storico personaggio Felice Caccamo. Attraverso ironia e linguaggio popolare, il celebre artista porta al centro della comunicazione il concetto di limite, ribadendo che il gioco deve rimanere un momento di intrattenimento vissuto con equilibrio e responsabilità.

Lo spot è ambientato in uno studio televisivo dove una serie crescente di effetti speciali finisce per rompere l'equilibrio della scena, richiamando simbolicamente il rischio di perdere il controllo. Il messaggio finale invita a utilizzare gli strumenti di tutela messi a disposizione dalla piattaforma, come i limiti di deposito e l'autoesclusione, ricordando che il vero gioco è quello responsabile.

Secondo Carmine Giordano, Country Manager per l'Italia di LeoVegas, il gioco responsabile rappresenta una responsabilità concreta che guida il lavoro quotidiano dell'azienda. Negli ultimi anni il gruppo ha investito nel rafforzamento di strumenti, competenze e processi dedicati alla tutela dei giocatori, con l'obiettivo di favorire un'esperienza di gioco sempre più sicura e consapevole.

Teo Teocoli ha spiegato di aver aderito con convinzione al progetto, sottolineando come anche un messaggio importante possa essere comunicato con leggerezza senza perdere efficacia. L'attore ha evidenziato che il gioco deve restare un momento di divertimento e che la consapevolezza rappresenta un elemento fondamentale per viverlo in modo corretto.

La campagna si inserisce nel più ampio programma di responsabilità sociale portato avanti da LeoVegas Group, che comprende la piattaforma LeoSafePlay dedicata alla tutela del giocatore. Il servizio offre strumenti di autovalutazione, limiti personalizzati e informazioni per promuovere comportamenti responsabili, affiancati da un servizio clienti formato sul tema e da collaborazioni con realtà internazionali come BetBlocker e Gamban.

Nel corso dell'ultimo anno il gruppo ha inoltre rafforzato la propria struttura con la nomina di Maris Catania a Director of Player Sustainability, figura incaricata di sviluppare ulteriormente ricerca, innovazione e iniziative dedicate alla protezione dei consumatori.

La pianificazione della campagna, curata da MEDIAITALIA, prevede la diffusione dello spot dal 19 luglio sulle principali reti televisive nazionali, oltre a una presenza sulle piattaforme Meta e attraverso attività di advertising programmatic, con una programmazione che proseguirà fino al mese di settembre.

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=355150>