



Ministero dell'Economia e delle Finanze
Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato

Roma, lì 27 giugno 2006

DIREZIONE GENERALE

Direzione per le strategie

Prot. n. 1237 / Strategie/UD

Alla Lottomatica S.p.A.
Viale del Campo Boario, 56/d
00153 R O M A

Alla SISAL S.p.A.
Via A. de Tocqueville, 13
20154 M I L A N O

Alla SNAI
Piazza San Lorenzo in Lucina, 26
00186 R O M A

Alla SNAI S.p.A.
Via G. Puccini 2/f
55016 PORCARI (LU)

Circolare n. 1/Strategie/UD/2006

Alla F.I.T. – Federazione Italiana
Tabaccai
Via Leopoldo Serra, 32
00153 R O M A

Alla COGETECH S.p.A.
Viale Tunisia, 43
20124 M I L A N O

Alla CIRSA S.r.l.
Via Idiomi, 18
20090 A S S A G O (MI)

Alla GMATICA S.p.A.
Via di Torre Spaccata, 172
00169 R O M A

Alla HGB S.r.l.
Via della Ferratella in Laterano, 41
00184 R O M A



Alla RETE FRANCO ITALIA S.p.A.
Via A. Ravà, 124
00142 R O M A

Alla RTI VIDEOLOT S.p.A.
Viale del Campo Boario, 56/d
00153 R O M A

Alla CITEC S.p.A.
Via di Saponara, 650/652
Loc. Dragona
00125 A C I L I A – R O M A

All' ATLANTIS WORLD
GROUP OF COMPANIES
Via della Maglianella, 65/e
00166 R O M A

Alla FEDERBINGO
Viale dell'Umanesimo, 90
00144 R O M A

All'ASCOB
Via G. Mameli, 17
00152 R O M A

Alla ACMI
Via Sebastiano Serio, 26
40128 B O O G N A

Alla A.N.E.S.V. - A.G.I.S.
Via di Villa Patrizi, 10
00161 R O M A

All'ASSOTRATTENIMENTO



Via Nazionale, 88
10020 C A M B I A N O (TO)

Alla S.A.P.A.R. – A.G.I.S.
Via di Villa Patrizi, 10
00161 R O M A

Alla SINDAUT – FIPE
Via Mantova, 44
00198 R O M A

Alla A.S.G.I. – Associazione Sale
Giochi Italiane
Viale Corridoni, 17
47838 R I C C I O N E

Alla R.O.S.I.
Via Ovidio, 20
00193 R O M A

Alla SAGI Sport
Via della Fonte di Fauno, 20
00153 R O M A

Alla SICON
Viale Giulio Cesare, 71
00192 R O M A

Alla MATCH PONT
Via Sacco e Vanzetti, 89
00100 R O M A

Alla MICROGAME
Zona Ind. Olivola, lotto D/4
82100 B E N E V E N T O

Alla TOTO 2000
Via Mosca, 10
00142 R O M A



Alla TOTOCAROVIGNO
Zona Ind. Baragiano
85050 B A L V A N O (PZ)

Alla PIANETA SCOMMESSE
Via Leofreni, 4
00131 R O M A

AI GRUPPO CORE – ITALBET
Via Colle Pizzuto, 1
64023 MOSCIANO S.ANGELO (TE)

Alla PUNTO BETTING
Via G. Bardanzellu, 90
00155 R O M A

Alla BETANDWIN ITALIA S.r.l.
Via S.Nicola de' Cesarini, 3
00186 R O M A

A F.LLI SIMONE S.r.l.
Via Che Guevara, 41
70122 B A R I

Alla BETTING 2000 S.r.l.
Via Enrico Fermi, 154/156
00146 R O M A

Alla MONDIAL BETTING S.r.l.
Via di Morena 137/a
00043 CIAMPINO – ROMA

Alla BRICKAGENT LTD
Eurobet House
10-24 Church Street West
WOLKING – SURREY

Alla GLOBET S.r.l.



Via della Fisica, 15
00065 FIANO ROMANO (RM)

Alla PARADISEBET s.r.l.
Piazza Leon Battista Alberti, 10/16
00054 FIUMICINO (P.co Leonardo)
ROMA

Alla STARPRICE ITALIA
Galleria Aldo Moro, 11
31021 MOGLIANO VENETO

Alla BETECH S.r.l.
Via XX Settembre, 3
10121 T O R I N O

E, p.c.

Al Signor Direttore Generale
S E D E

Al Sig. Direttore per i Giochi
S E D E

Al Sig. Direttore per le Accise
S E D E

Al Sig. Direttore per
l'organizzazione e la gestione
delle risorse
S E D E

Agli Uffici Regionali AAMS
L O R O S E D I

Oggetto: Utilizzo del marchio "Gioco Sicuro" nella comunicazione dei concessionari, provider e operatori di gioco.



Come noto, a fine maggio 2006 è stata avviata dall'Amministrazione la campagna di comunicazione "Gioco Sicuro" che mira a valorizzare il gioco pubblico basato su regole certe, su processi di produzione e distribuzione del gioco monitorati dallo Stato e su operatori affidabili in quanto selezionati e controllati da AAMS.

Questa campagna, emblematicamente sintetizzata dal logo "Gioco sicuro", ha lo scopo di rendere immediatamente percepibili i prodotti di gioco leciti e garantiti dallo Stato e potrà essere tanto più efficace quanto più sarà diffusa, oltre che sui media, anche nel concreto contesto del gioco regolamentato.

Pertanto, il logo "Gioco sicuro", al fine di assumere e conservare nel tempo il carattere di "garanzia" e di netta distinzione tra gioco autorizzato e non, deve essere supportato da un utilizzo mirato e controllato.

Ne consegue che, per il suddetto corretto uso, si instauri una attività sinergica tra AAMS e tutti gli operatori del settore, in modo da rendere una comunicazione facilmente fruibile e, nei diversi contesti, efficace ed omogenea, gestita per le sole situazioni di gioco regolare.

Oltre alla campagna istituzionale condotta sui media da AAMS, la diffusione del logo "Gioco sicuro" e la notorietà dello stesso richiede una capillare diffusione sui canali di interazione con i giocatori (anche potenziali) quali:

- siti internet di concessionari, provider e operatori di gioco;
- campagne pubblicitarie attraverso i principali media;
- eventi per la diffusione e divulgazione della attività di offerta di gioco;
- punti vendita per l'accettazione del gioco (insegne, vetrine, targhe);
- materiale di gioco (cartelle, schedine, palinsesti e ricevute di gioco);
- materiale promozionale (locandine, cartellonistica);
- apparecchi di gioco (apparecchi da divertimento e Newslot, quicker del Bingo, terminali di gioco).

L'utilizzo del logo in questione, che qualifica le specifiche filiere controllate da AAMS e assume un carattere di garanzia, deve rispondere alle seguenti linee di comunicazione:

- a) il logo "Gioco sicuro" deve essere sempre abbinato a quello istituzionale di AAMS che rappresenta la funzione regolatrice dello Stato e, preferibilmente, a quello del concessionario, che è un elemento essenziale del processo di distribuzione del gioco e di tutela del consumatore;
- b) il logo "Gioco sicuro" deve essere presente in tutte le fasi operative e distributive nelle quali si concretizzano le varie modalità di offerta di gioco, nonchè sul materiale pubblicitario e informativo di supporto dei giochi stessi;
- c) il logo "Gioco sicuro" deve essere utilizzato esclusivamente in una delle varianti di colore previste da AAMS e distribuite ai singoli operatori di settore, dando comunque preferenza alla versione grafica tricolore;



- d) in alcune situazioni particolari in cui non ci fosse spazio adeguato per dare visibilità ad entrambi i loghi (AAMS e "Gioco sicuro"), a causa di dimensioni insufficienti (ad esempio ricevute di gioco) o per numerosità di informazione (ad esempio schermate di gioco remoto) si deve dare la preferenza al logo "gioco sicuro", purché non risulti graficamente accostato ad altri marchi;
- e) nel caso di giochi che si basano su sequenze di schermate (ad esempio scommesse in remoto o giochi in apparecchi Newslot) il logo "gioco sicuro" può essere utilizzato anche solo all'inizio della sequenza, per non risultare inutilmente invasivo;
- f) nei siti internet di concessionari, provider e operatori, i loghi vanno posizionati nella home page o in quella di presentazione/avvio, devono contenere anche un link al sito dell'Amministrazione (www.aams.it) e alla sezione "gioco sicuro" del sito stesso;
- g) il logo "gioco sicuro", al contrario, non può essere utilizzato in comunicazioni puramente "istituzionali" dell'operatore di settore né, ovviamente, per comunicazioni non legate alla attività svolta per AAMS.

In considerazione delle specifiche caratteristiche dei diversi giochi e delle relative filiere, AAMS fornirà ulteriori indicazioni.

Una particolare cautela va usata nella comunicazione svolta dai concessionari presso la rete distributiva (ricevitorie, sale giochi, esercizi pubblici, punti di commercializzazione del gioco a distanza,...) in cui si deve accuratamente evitare di "qualificare" in termini generali gli esercizi, attraverso la apposizione del logo "Gioco sicuro".

In particolare, il materiale promozionale del gioco, utilizzato nei punti di distribuzione e commercializzazione, deve avere le seguenti caratteristiche:

- a) essere unicamente quello fornito dal concessionario, provider e operatore di gioco, sotto il rispettivo controllo e contestuale responsabilità, previa approvazione dell'Amministrazione;
- b) essere rispondente a un modello standard predisposto da AAMS, qualora venga proposto mediante vetrofanie o cartelli da esporre all'interno del locale.

In occasione del lancio della campagna "Gioco sicuro", in considerazione dello sforzo organizzativo comunque richiesto, si raccomanda di veicolare, nella rete distributiva, anche elementi di valorizzazione del concetto di sicurezza del gioco, anche se al di fuori della campagna "Gioco sicuro", intesa in senso stretto.

In particolare, si forniscono i seguenti suggerimenti:

- nelle situazioni in cui lo spazio non rappresenta un vincolo (stampa, cartellonistica, vetrofanie ...) i suddetti loghi possono essere accompagnati da uno slogan associato al concetto di sicurezza (del tipo "Regole certe, massima trasparenza, sicurezza per tutti") o frasi che evidenziano elementi di trasparenza e sicurezza del gioco (ad esempio la possibilità di verificare sul sito AAMS la giocata effettuata);



- nei luoghi di raccolta di gioco o in quelli nei quali vengano offerti servizi connessi all'offerta di gioco, esporre avvisi e cartelli relativi alla impossibilità, per i minori di 18 anni, di effettuare giochi.

Per consentire all'Amministrazione di svolgere un coordinamento generale e rafforzare l'omogeneità del messaggio del logo "Gioco sicuro", le iniziative dei singoli operatori di settore dovranno essere portate a conoscenza della Direzione per le strategie, Ufficio 7°, dell'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato, che provvederà a garantire il necessario raccordo con la Direzione per i Giochi per gli aspetti di applicazione connessi ad ogni singolo gioco.

IL DIRETTORE
Gabriella Alemanno