



## GIOVANI E GIOCO D'AZZARDO

Presentati i risultati della ricerca realizzata da Nomisma in collaborazione con Università di Bologna e Gruppo Unipol.

- Il 48% dei ragazzi tra i 14 e i 19 anni si è avvicinato al gioco d'azzardo e, tra questi, il 6% ha sviluppato pratiche di gioco problematiche.
- Poco meno di un minorenne su due (46%) ha avuto almeno una occasione di gioco nel 2018.
- Le prime tre motivazioni che avvicinano i giovani al gioco d'azzardo sono: "Curiosità" (26%), "Divertimento" (23%), "Caso" (20%).
- L'8% dei giovani giocatori individua nella pubblicità (vista in TV, su giornali o altri mezzi di comunicazione/nei bonus trovati online) il motivo di iniziazione al gioco.
- La pubblicità influenza maggiormente i ragazzi di età inferiore ai 15 anni che frequentano istituti professionali (11%), che fanno uso abituale (almeno una volta a settimana nell'ultimo mese) di sostanze d'abuso (14%), energy drink (12%).

Milano, 24 gennaio 2019

Nel 2018 il **48%** dei ragazzi tra i 14 e i 19 anni ha avuto almeno una occasione di gioco, propensione che segnala in modo inequivocabile il fascino che esercita il gioco. Si tratta di dimensioni che evidenziano un'ampia diffusione del gioco d'azzardo anche tra i giovanissimi e che suggeriscono l'importanza del monitoraggio del fenomeno per impostare azioni efficaci di prevenzione e sensibilizzazione. È con questo spirito che nasce l'**Osservatorio Nomisma** – realizzato con il supporto di **Unipol** e in collaborazione con tre dipartimenti dell'**Università di Bologna** i cui risultati sono stati presentati questa mattina a Milano in occasione dell'evento "*Gioco & giovani. Abitudini, motivazioni e approccio*" al quale hanno partecipato, tra gli altri, **Pierluigi Stefanini, Presidente Gruppo Unipol e Luca Dondi, Amministratore Delegato Nomisma**.

Un Osservatorio che ritiene cruciale l'interazione con le scuole che ogni anno partecipano attivamente grazie al coinvolgimento di un ampio campione di studenti tra i 14 e i 19 anni di età; nell'ultimo anno scolastico (2017-2018) alle attività dell'Osservatorio hanno partecipato **oltre 10.000 ragazzi**.

Molti giovani (il **26%**) iniziano a giocare per curiosità, per divertimento (**23%**) o per caso (**20%**); altri perché all'interno del gruppo di amici o familiare si gioca con abitudine (**13%**). Ulteriori motivazioni sono la speranza di vincere denaro (**11%**) come lo stimolo derivante da pubblicità o bonus (**5%**).

Non per tutti il gioco è divertimento; emerge infatti dallo studio condotto da Nomisma che il **6%** dei ragazzi ha sviluppato pratiche di gioco problematiche. In questo segmento di giovani giocatori è possibile rilevare sintomi capaci di produrre effetti negativi derivanti dal gioco sia sulla sfera psico-emotiva (ansia, agitazione, perdita del controllo) sia su quella delle relazioni (familiari, amicali e scolastiche).

Il giocatore problematico è prevalentemente maschio, maggiorenne, frequenta istituti tecnici o professionali, ha un rendimento scolastico insufficiente e risiede al Sud. Tra gli studenti della Lombardia la quota di giocatori problematici è pari al **4%**, più bassa della media nazionale, ma in linea con quella di altre regioni settentrionali.

Non solo il gioco problematico è fattore di attenzione: anche l'accesso dei minori al gioco lo è; l'Osservatorio Nomisma segnala che il **46%** dei minorenni ha avuto almeno una occasione di gioco negli ultimi 12 mesi.

Molti i dati proposti dall'Osservatorio – utili a delineare i comportamenti di gioco; il **10%** degli studenti delle scuole secondarie superiori è *frequent player* (ha giocato una volta a settimana o anche più spesso). Tuttavia il gioco è per lo più un passatempo occasionale e ha un impatto limitato sulla vita quotidiana. Il **6%** degli studenti gioca con cadenza mensile, un altro **32%** più raramente.

Per il **75%** dei giocatori la spesa media settimanale in giochi è inferiore a **3 euro** e il **58%** degli studenti non spenderebbe nulla in giochi davanti a un'inaspettata disponibilità di **100 euro**.

L'Osservatorio 2018 ha inoltre proposto un focus per valutare quanto la pubblicità influenzi i giovani nel provare per la prima volta il gioco d'azzardo.

Il focus ha evidenziato, il profilo dei soggetti più sensibili a tale fattore: i ragazzi più giovani (il **10%** degli under 15 inizia a giocare d'azzardo attratto dalla pubblicità vista sui mezzi di comunicazione o dai bonus trovati on line), che frequentano gli istituti professionali (**11%**), che credono che per vincere al gioco sia una questione di abilità (**13%**), che hanno uno stile di vita che comprende l'uso abituale di sostanze d'abuso (**14%**).

Un'analisi della spesa media settimanale per giochi e scommesse dei giovani giocatori sensibili alla pubblicità mostra come l'importo medio speso sia di **9,10 euro** su un totale di **28 euro** disponibili grazie alla paghetta, ogni settimana, per esigenze personali.

## Unipol Gruppo S.p.A.

Unipol è uno dei principali gruppi assicurativi in Europa con una raccolta complessiva pari a circa 12,3 miliardi di euro, di cui 7,9 miliardi nei Rami Danni e 4,4 miliardi nei Rami Vita (dati 2017). Unipol adotta una strategia di offerta integrata e copre l'intera gamma dei prodotti assicurativi e finanziari, operando principalmente attraverso la controllata UnipolSai Assicurazioni S.p.A., nata all'inizio del 2014, leader in Italia nei rami Danni, in particolare nell'R.C. Auto. Il Gruppo è attivo inoltre nell'assicurazione auto diretta (Linear Assicurazioni), nell'assicurazione trasporti ed aviazione (Siat), nella tutela della salute (UniSalute), nella previdenza integrativa e presidia il canale della bancassicurazione. Opera infine in ambito bancario attraverso la rete di sportelli di Unipol Banca e gestisce significative attività diversificate nei settori immobiliare, alberghiero e agricolo (Tenute del Cerro). Unipol Gruppo S.p.A. è quotata alla Borsa Italiana.

## Nomisma

Nomisma è una società indipendente che realizza attività di ricerca e consulenza economica per imprese, associazioni e pubbliche amministrazioni, a livello nazionale e internazionale. Competenze, metodi, capacità di interpretazione dei fenomeni, innovazione: sono i valori che Nomisma offre ai clienti con l'obiettivo di fornire un supporto concreto ai processi conoscitivi e decisionali. Nomisma presidia oggi molti ambiti dell'economia - valutazione immobiliare, rigenerazione urbana, economia agroalimentare, economia territoriale, economia sociale, assistenza tecnica - offrendo i propri servizi al settore pubblico, alle imprese private, ai gruppi bancari e alle associazioni di categoria. La forte esperienza nell'implementazione di osservatori permanenti consente a Nomisma di rappresentare un punto di riferimento per la produzione di dati economici originali e per la lettura dei fenomeni economici in chiave attuale e prospettica.

### Unipol Gruppo

Media Relations  
Fernando Vacarini  
T. +39 051 5077705  
pressoffice@unipol.it

### Nomisma

Ufficio stampa  
Edoardo Caprino  
T. +39 339 5933457  
ufficiostampa@nomisma.it

### Barabino & Partners

Massimiliano Parboni	Giovanni Vantaggi
T. +39 335 8304078	T. +39 328 8317379
m.parboni@barabino.it	g.vantaggi@barabino.it

