

Anche l'Italia delle scommesse affossa il merito

Diego Barsotti

LIVORNO. Un po' come la solitudine misteriosa dei numeri primi gemelli, portata alla ribalta nel libro di Paolo Giordano, il mistero dei numeri giocabili resta uno degli enigmi del nostro tempo, difficilmente decifrabile senza far ricorso alla psicologia, quando va bene e si può fare a meno della psicanalisi. I numeri sono insindacabili: 54,4 miliardi di fatturato (3% del pil) è stato messo a bilancio nel 2009 dal mercato italiano dei giochi, (+ 14% rispetto al 2008), con 9 di questi miliardi che sono finiti nelle casse dello Stato, un dato che dovrebbe bastare a seccare le lacrime di coccodrillo e che anzi, egoisticamente, potrebbe far pensare ai benpensanti nongiocanti: «almeno questa tassa io non la pago!», oppure più semplicemente, potrebbe far pensare alla definizione del gioco recentemente creata dal matematico Bruno De Finetti «la tassa degli imbecilli».

In realtà quella dei giochi è una vera e propria industria, che corre anche dal punto di vista tecnologico, offrendo ai suoi clienti (talvolta pazienti...) sempre nuove elettrizzanti proposte, con un'invasione sempre più massiccia anche nel segmento online.

I numeri, oltre che insindacabili sono anche fatti. Ad esempio: 12 pagine del rapporto Giochi su Affari e Finanza di ieri (equamente distribuite fra articoli difficilmente obiettivi e spazi a pagamento comprati dai custodi dei nostri sogni) contro le 4 pagine del rapporto Fondazioni bancarie, e le due pagine del rapporto Industria dei parchi (senza neppure un modulino pubblicitario!).

Naturalmente tra i giochi c'è quello che vince e quello che perde. Le tradizionali sale bingo stentano ormai ad arrivare a fine mese e inseguono improbabili royalties di contorno, mentre skill games (poker online) e giochi numerici (superenalotto - una possibilità su 56 miliardi di vincere il bottino pieno - e il più recente Win for life) volano sempre di più. Anche perché da una parte una sala bingo ha bisogno di personale e deve convincere i clienti a raggiungerla. Il biglietto del gratta e vinci invece lo trovi ovunque, per non parlare poi dell'incredibile invadenza bioraria di Way for life, per il quale si sprecano dotti saggi al fine di individuare orari e giorni più "probabili" per vincere.

Proprio l'ultima novità del momento, la rendita a vita (che ha anche un'importante funzione commerciale: se io vinco 100 milioni probabilmente ne metterò gran parte in qualche banca o investirò in azioni e per sedare i sensi di colpa farò magari anche beneficenza, se invece ogni mese mi ritrovo 4mila euro in più sul conto, mi dedicherò a continue piccole/grandi spese che muovono l'economia), sta contaminando anche altri settori commerciali, con supermercati che mettono in palio spese gratis per tutto l'anno, birre che garantiscono riserve quinquennali, yoghurt che regalano istruzione e formazione a vita... Detto per inciso, la formula in sé non sarebbe neppure una novità, basta pensare al caro vecchio ippopotamo blu che negli anni '80 prometteva ai fortunati vincitori pannolini finché il bimbo ne avesse avuto bisogno, ma oggi la posta in gioco sembra crescere ogni giorno di più fino a giocarsi un vero posto di lavoro, come nel caso di due catene di supermercati locali, a Varese e in Sardegna.

Anche in questo caso basta un'alzata di spalle benpensante nongiocante? O forse bisognerebbe riflettere sul fatto che in Italia il merito ha sempre meno spazio, dalla ricerca - come leggevamo nella recensione pubblicata ieri (*vedi link a fondo pagina*) - alla politica, al mondo del lavoro, con la virtuosità del merito che incide sempre meno rispetto ai giganti viziosi rappresentati da baronaggi, raccomandazioni, velinaggio... e ora anche dalla sorte.