

12.4

LA GRANDE SCOMMESSA

Carulli C.*, Mansi G., Tozzi P.B.
DDP SerD/GAP ASL BT ~ Andria ~ Italy

Il Piano di Comunicazione dell'ASL BT. Azioni di informazione, sensibilizzazione e prevenzione nell'ambito del contrasto al Gioco d'Azzardo Patologico (G.A.P.)

Abstract

Il tema delle dipendenze comportamentali è da tempo oggetto di interesse per studiosi, clinici e ricercatori. In merito a questo argomento, la domanda a cui si cerca di dare una risposta consiste nel provare ad analizzare quali sono i meccanismi che si innescano affinché una semplice abitudine diventi una vera e propria schiavitù. Nello specifico ci si interroga su cosa effettivamente accade quando un determinato comportamento diventa il centro nevralgico della vita delle persone. Le dipendenze comportamentali, storicamente sono state concettualizzate in differenti modi, difatti venivano ricondotte per lo più a patologie legate allo spettro ossessivo-compulsivo o venivano considerate come disturbi del controllo degli impulsi. La riduzione della capacità di gestione e controllo sia degli impulsi che della compulsione sono infatti aspetti centrali sia nelle dipendenze patologiche da sostanze, che in quelle comportamentali, come il G.A.P., la cleptomania, il comportamento sessuale compulsivo e lo shopping compulsivo. In essi si evidenzia una diminuzione degli effetti positivi che questi comportamenti producono sull'umore delle persone in una condizione di "normalità". L'instaurarsi dell'eccessiva ripetitività del comportamento e la conseguente necessità di aumentare l'intensità dell'azione compulsiva, comporta la rottura dell'equilibrio di tutti gli aspetti che riguardano la vita della persona.

Il gioco d'azzardo, sebbene da millenni faccia parte delle attività umane, ad oggi rappresenta un fenomeno sociale e culturale in progressiva espansione. Alla fine del XIX secolo il gioco d'azzardo - dopo che per molti anni è stato sotto l'occhio religioso, divulgando l'idea che il gioco è peccato, o del diritto, che associava il gioco ad un vero e proprio reato - è pian piano diventato un fenomeno di interesse sanitario, in cui final-

mente il gioco, se praticato in modo compulsivo, è considerato una vera e propria malattia. Nel giocatore con dipendenza, l'impulso per il gioco diviene un bisogno irrefrenabile e addirittura incontrollabile. Questa sensazione è accompagnata da una forte tensione emotiva ed una totale o parziale incapacità di ricorrere ad un pensiero riflessivo e logico. Quindi, la ludopatia si basa proprio su un impulso irrefrenabile a giocare e scommettere.

Cosa può aiutare una persona ad uscire da questo tipo di dipendenza? Un primo passo è sicuramente acquisire la consapevolezza di avere un problema, che ha delle gravi conseguenze sia per se stesso che per le persone che lo circondano. Uno strumento clinico utile è quello di far ripercorrere la storia di vita del soggetto, capire che funzione ha il sintomo, analizzando le relazioni familiari e sociali, indispensabili per aiutarlo a controllare il suo bisogno di dipendenza. Sicuramente nessuno è in grado di uscire da una dipendenza da solo, per questo è necessario l'aiuto di specialisti del settore che possano aiutare e seguire la persona durante il suo lungo e difficile percorso. Il Sistema Sanitario rende possibile la creazione di rete composta da servizi pubblici e del privato sociale, attuando nei confronti del ludopatico una presa in carico territoriale e multidisciplinare, ma soprattutto è necessario compiere azioni di prevenzione dei fenomeni descritti. Sensibilizzare la cittadinanza, mediante incontri ed eventi strutturati è il primo passo per poter andare ad agire sul contrasto al G.A.P.

Attraverso questo contributo viene posto il focus sulla comunicazione istituzionale, erogata dalle Aziende Pubbliche Sanitarie, come strumento necessario per aumentare la conoscenza e l'empowerment del cittadino, attenzionando il fenomeno della Ludopatia, in relazione alla prevenzione ed al contrasto del G.A.P., al fine di creare conoscenza e consapevolezza per questa particolare forma di patologia presente nel DSM V.

In un mondo in cui tutti gli individui sono interconnessi e interdipendenti tra loro, tutto può diventare informazione. Lo sviluppo delle dinamiche digitali ha moltiplicato la velocità di diffusione di informazioni, ma non solo: la rapida accessibilità alle notizie è riuscita a porre sullo stesso piano cittadini, istituzioni e aziende, tutti con la stessa capacità di esprimere il proprio giudizio in modo rapido, immediato e soprattutto pubblico.

Tra le nuove strategie di intervento messe in campo, è utile osservare come le ASL, ed in particolar modo l'ASL BT, abbiano il potere di strutturare un efficace Piano di Comunicazione, mediante l'utilizzo di eventi pubblici, al fine di promuovere tutti i comportamenti che favoriscono la tutela della salute, facilitando il cambiamen-

to sociale. Con la predisposizione di eventi si dà la possibilità di accedere ed aderire ai programmi di prevenzione e di cura, coinvolgendo attivamente la popolazione, mediante il processo di engagement.

Keywords: sanità, dipendenze, G.A.P., ludopatia, informazione, sensibilizzazione, prevenzione, comunicazione.

Introduzione

Le Corporate Public Relations definiscono consapevolmente la comunicazione tra organizzazione e pubblico. Il compito principale delle Public Relations è quello di costruire un'immagine positiva e duratura dell'organizzazione, utilizzando una buona politica della comunicazione, che ogni buon piano aziendale dovrebbe tenere sempre in considerazione.

Prestare attenzione al processo mediatico incide su quella che è la reputazione di un'azienda e di un intero ente. I Public Affairs rappresentano una materia strategica il cui obiettivo è quello di costruire e mantenere tutte le relazioni positive e produttive con gli Stakeholder di riferimento, creando Relazioni Istituzionali.

Discussione

Nell'universo dei Public Affairs, le Aziende Sanitarie Locali compiono significative azioni di lobbying; pertanto, per queste organizzazioni è indispensabile saper strutturare un'appropriata ed efficace strategia comunicativa. Il potere di influenza che esercita la Pubblica Amministrazione ha portato gli organi istituzionali a disciplinare le "attività di informazione e comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni". Trattasi di attività finalizzate all'attuazione dei principi di trasparenza ed efficacia dell'azione amministrativa. Come ogni altra azione di sanità pubblica, la comunicazione necessita di essere adeguatamente pianificata e valutata negli effetti. Anche nel contesto sanitario, il processo di comunicazione deve iniziare con la definizione degli obiettivi, delle priorità e dall'analisi del target. Gestire una campagna di comunicazione in ambito sanitario può aiutare a indurre un cambiamento sociale duraturo, adottando policy innovative in tema di salute. Nel campo del contrasto alle dipendenze, le Aziende Sanitarie, mediante il ruolo dei Dipartimenti per le Dipendenze Patologiche, sono orientate a promuovere programmi di intervento in grado di ridurre i fattori di rischio e di potenziamento dei fattori protettivi. La prevenzione è la principale azione volta ad evitare e ridurre i rischi di possibili danni alla salute correlati all'uso/abuso di sostanze psicoattive legali e/o illegali e/o all'insorgenza di dipendenze comportamentali.

Per poter garantire un sistema di intervento dinamico

è fondamentale il coinvolgimento e il raccordo di tutte le energie istituzionali, culturali e sociali presenti a livello nazionale, regionale e territoriale. È indispensabile creare sinergia tra tutte le risorse (umane, professionali, tecniche, organizzative, sociali e finanziarie) necessarie, al fine di poter governare tutti quelli che sono gli strumenti e le attività preventive da mettere in campo.

Attuare una campagna di comunicazione in cui siano definite le diverse strategie integrate di comunicazione istituzionale nell'ambito delle Dipendenze Patologiche, potrebbe aiutare ad attuare i famosi principi di informazione, promozione e prevenzione.

La normativa, inoltre, permette di andare a stanziare specifiche risorse riguardanti particolari tipologie di Dipendenze Comportamentali. Nello specifico con la Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (Legge di Stabilità 2016) ha previsto l'istituzione, presso il Ministero della Salute, del Fondo per il contrasto al Gioco d'Azzardo Patologico (G.A.P.). Attraverso l'utilizzo del fondo è possibile implementare sia le azioni di cura e riabilitazione, che quelle di prevenzione, coordinate dai Dipartimenti per le Dipendenze. La comunicazione strategica costituisce lo strumento necessario per aumentare la conoscenza e l'empowerment del cittadino, anche in materia di dipendenze comportamentali.

Affinché il processo di engagement possa realizzarsi, pure le Aziende Sanitarie Locali, così come avviene per le organizzazioni di business, possono utilizzare diverse strategie di comunicazione ed avvalersi di diversi "attrezzi del mestiere", tra cui l'ideazione, l'elaborazione e la realizzazione di eventi e la definizione di un piano di comunicazione efficace, che possa sostenere le attività aziendali svolte. In particolar modo si può sottolineare quanto sia utile per la tutela dei cittadini parlare delle nuove forme di Dipendenze Patologiche Comportamentali, soprattutto di Ludopatia, in relazione alla prevenzione ed al contrasto del G.A.P., al fine di creare conoscenza e consapevolezza della materia. La stessa Regione Puglia, già a partire dal 2013, ha voluto puntare sulla costruzione di nuovi modelli organizzativi, dando l'opportunità alle diverse ASL di strutturare progettualità che potessero portare all'attuazione di percorsi di interazione tra sanità e cultura. Da qui l'idea di utilizzare gli eventi come mezzo di diffusione di informazioni. La missione di questo nuovo approccio ha lo scopo di favorire l'informazione e l'educazione sulle conseguenze derivanti dall'abuso patologico del Gioco D'Azzardo. Per poter mettere in campo tale obiettivo è necessario puntare su tutte quelle azioni legate alla promozione di iniziative e progetti di prevenzione, anche avvalendosi della collaborazione di

soggetti terzi, che possono aiutare a creare una rete di supporto operativa. Tutto ciò è necessario per favorire l'attività delle organizzazioni che si mettono in gioco per prevenire e contrastare la diffusione del gambling.

Il piano di attività per il contrasto al Gioco D'Azzardo della Regione Puglia

La delibera di Giunta Regionale del luglio 2017 riguardante il "Piano di attività per il contrasto al Gioco d'Azzardo", ha identificato il Consorzio Teatro Pubblico Pugliese (T.P.P.), ad oggi Puglia Culture, come potenziale attuatore delle azioni culturali volte al rafforzamento dell'intera azione di sensibilizzazione affidata a tutte le ASL del territorio. Infatti, le ASL Pugliesi, utilizzando differenti modalità e predisponendo molteplici attività, hanno incaricato il T.P.P. - Puglia Culture di realizzare una serie di percorsi culturali, come workshop di teatro e musica, show teatrali e meeting e conferenze di sensibilizzazione, per prevenire la dipendenza da Gioco d'Azzardo, con l'intento di insegnare a riconoscere i campanelli d'allarme e i rischi a cui la popolazione si espone.

Le attività promosse dall'ASL BT

Nel mese di febbraio 2024 l'ASL BT ha destinato le somme del relativo D.D.P. al proseguimento delle azioni del progetto "G.A.P. ASL BT – Piano GAP 2018/2019", demandando alla Direzione U.O.S.V.D. Informazione, Comunicazione l'attuazione degli obiettivi di comunicazione e informazione prefissati, in sinergia con il Consorzio T.P.P. - Puglia Culture.

Le iniziative a carattere informativo e comunicativo sono state realizzate costruendo legami volti a favorire una corretta cultura del gioco. La finalità principale è quella di riuscire a sensibilizzare la cittadinanza sulla problematica da dipendenza da G.A.P., facendo conoscere alla popolazione locale qual è la rete di servizi attivi messa a disposizione dall'ASL BT. Il Dipartimento, in coordinamento con il suo servizio G.A.P., si è attivamente occupato della costruzione della progettualità che ha dato vita ad uno specifico percorso di sensibilizzazione, attuato grazie all'appoggio del T.P.P. - Puglia Culture.

La strada intrapresa ha portato alla realizzazione di una serie di eventi pubblici finalizzati all'awareness delle attività di prevenzione e cura sul contrasto al G.A.P. erogate dal Servizio Sanitario mediante la messa in scena di un testo teatrale derivante da un laboratorio di scrittura terapeutica.

L'esigenza di portare alla luce le attività svolte dal Dipartimento delle Dipendenze Patologiche (D.D.P.) e dal Servizio Territoriale G.A.P. ha fatto nascere il per-

corso formativo e culturale intitolato "La Grande Scommessa". Il progetto "La Grande Scommessa" è un importante contenitore che raggruppa tutte le attività di promozione e di contrasto al gambling addiction. La strada intrapresa dall'ASL BT per la realizzazione di questo progetto passa anche attraverso importanti iniziative di formazione e sensibilizzazione rivolte al personale sanitario e amministrativo dell'azienda, nonché a tutti gli stakeholder che esercitano un ruolo attivo di prevenzione e promozione del gioco consapevole.

In questo scenario trova la sua collocazione il Consorzio T.P.P. - Puglia Culture, che ha collaborato con il servizio sanitario pubblico nel realizzare un importante workshop di scrittura terapeutica, con la conseguente messa in scena di uno spettacolo teatrale dal claim esplicativo "Un Giocatore". Nello specifico sono stati realizzati dei laboratori espressivi rivolti a sei utenti selezionati, già in carico al Servizio Territoriale G.A.P. Le attività laboratoriali, condotte dall'attore e drammaturgo Michele Santeramo, sono state organizzate mediante la predisposizione di una serie di incontri in cui si sono articolate interviste anonime rivolte ai pazienti G.A.P.

In questa fase, la finalità del progetto è stata quella di conoscere le storie intime delle persone, elaborarle con lo scopo di poterle raggruppare, creando un testo teatrale ricco di spunti reali e personali da mettere in scena e quindi, poter permettere di dare la giusta dignità a chi si trova a combattere con questa dipendenza. Tutto il materiale prodotto all'interno del percorso laboratoriale ha permesso la realizzazione del monologo che ha dato vita allo spettacolo "Un Giocatore".

Lo spettacolo ha assunto le vesti di una vera e propria rassegna teatrale itinerante nei comuni della provincia BT. La Prima è avvenuta la scorsa estate in una struttura storica nel centro storico della Città di Andria, in occasione della Giornata Mondiale contro le Dipendenze. Successivamente sono state predisposte altre serate, che hanno accompagnato il panorama culturale provinciale per tutto l'autunno\inverno. Lo spettacolo è stato messo in scena a Bisceglie, a seguire nella città di Trani, poi ancora a Canosa di Puglia; la serata finale è stata svolta nella città di Barletta. I luoghi selezionati sono stati sempre teatri storici o location culturalmente rilevanti per l'intero territorio provinciale.

Il target degli spettatori non comprendeva solo le persone interessate da tale patologia, ma grazie a campagne social si è voluto raggiungere segmenti differenti di persone: gente interessata al mondo dell'arte e del teatro, persone che provano un interesse particolare nel sensibilizzare la popolazione sulla prevenzione di

questa particolare forma di patologia, professionisti del settore, docenti e insegnanti, rappresentanti delle istituzioni, giovani, meno giovani, etc.

Per raggiungere il più vasto pubblico sono state messe in campo tutte le strategie di comunicazione, da quelle più tradizionali, fino all'utilizzo di strumenti digital-web e social.

Sicuramente il tone of voice utilizzato sui canali di diffusione ha assunto forme istituzionali, in quanto trattasi appunto di una comunicazione proveniente da un ente pubblico.

La campagna di comunicazione ASL e gli esiti

Il primo passo effettuato dall'U.O.S.V.D. Informazione e Comunicazione della ASL BT è stato quello di indire la conferenza stampa ufficiale, attuata al fine di introdurre e presentare l'iniziativa. La conferenza ha preso la forma di un evento pubblico destinato agli addetti ai lavori e alle testate giornistiche locali. Alla conferenza sono seguite interviste agli organizzatori da parte della stampa locale, per poi essere redatte o trasmesse sulle loro testate online. Per identificare l'evento, l'ufficio comunicazione ha realizzato una locandina (vedi Fig. 1) utile sia per la comunicazione offline, relativa alla cartellonistica, sia come banner per i contenuti web, come feed per i contenuti social ed anche per la diffusione a mezzo whatsapp.

Fig. 1



Oltre ai contenuti grafici elaborati, si sono realizzati prodotti fotografici e video, al fine di documentare l'iniziativa. La conferenza stampa è stata pubblicata innanzitutto sui canali web e social dell'ASL BT: è possibile trovare il riferimento dell'evento sia sul sito web ufficiale dell'azienda, che sulla pagina Facebook, Instagram e LinkedIn (vedi Fig. 2).

Visionando i risultati sul web, si nota che il maggior tasso di conversione rate deriva dalla pagina Facebook ufficiale dell'azienda, che porta il maggior numero di

Fig. 2

Una screenshot della homepage della ASL BT PugliaSalute. Al centro, un articolo intitolato "'La Grande Scommessa!': presentato oggi il progetto di sensibilizzazione sul gioco d'azzardo con il Teatro Pubblico Pugliese". Sopra l'articolo, c'è un banner con una foto di una tavola rotonda con quattro persone. Sotto l'articolo, c'è un altro banner con una foto dello stesso incontro. A destra, c'è un menu con link per la ricerca, la newsletter, gli operatori, le organizzazioni, le notizie, gli accadimenti e la privacy. In basso, c'è un feed di post su LinkedIn.

like e ri-condivisioni del post. Ricercando sul principale motore di ricerca, Google, le keyword "La Grande Scommessa ASL BT", compaiono tra i primi risultati gli articoli pubblicati sui canali web dell'azienda e del Teatro ed a seguire gli articoli delle testate giornistiche locali. Tra i risultati ottenuti, in ambito social compaiano i contenuti postati sulle pagine Facebook e LinkedIn ufficiali ASL.

Successivamente, nel mese di giugno 2024, è stato messo in scena lo spettacolo teatrale, che ha visto come protagonista la performance di Michele Santeramo, "Un Giocatore". In questo frangente la conferenza stampa è avvenuta a preludio dello spettacolo, facendo in modo che divenisse un unico evento informativo e artistico.

In merito alla produzione dei contenuti grafici utilizzati per la campagna, anche in questo caso - sia per la cartellonistica, che per il digital - si è stabilito di mantenere la stessa locandina elaborata per la presentazione di aprile del progetto "La Grande Scommessa", alla quale è stata affiancata una nuova locandina specifica per lo spettacolo teatrale.

Per l'evento Puglia Culture ha realizzato una pubblicazione cartacea (vedi Fig. 3) in cui è contenuta una breve introduzione che definisce le finalità del Servizio Territoriale G.A.P., un recap sulle iniziative promosse nel corso degli ultimi due anni, una breve spiegazione

Fig. 3



del progetto "La Grande Scommessa" e la prefazione del Presidente del T.P.P. – Puglia Culture. Il corpo principale del libretto è costituito dal testo del monologo teatrale prodotto.

Come avvenuto precedentemente, anche per questo evento di Giugno 2024 si è provveduto a contattare fotografi e videomaker che hanno lavorato per la produzione di contenuti documentativi.

L'ASL BT, si è occupata anche di predisporre i diversi inviti istituzionali, utilizzando i canali aziendali standard, come e-mail e pec. Poco prima dell'evento l'ufficio comunicazione dell'Azienda Sanitaria ha provveduto alla pubblicazione del comunicato stampa ufficiale.

La realizzazione degli inviti, il comunicato stampa, la diffusione dell'informazione tramite passaparola e messaggistica istantanea, il coinvolgimento delle istituzioni comunali locali ed anche il prestigio dell'attore hanno portato un pubblico di 100-120 persone per ogni serata.

Per quanto riguarda l'ASL BT, l'esito dell'evento è stato riportato sul sito istituzionale e sulle pagine social ufficiali, esattamente come avvenuto precedentemente con la presentazione de "La Grande Scommessa". L'iniziativa è stata postata sui canali social aziendali principali, soprattutto Facebook ed Instagram.

Ricercando in Google le Keyword relative allo spettacolo "Un Giocatore", tra i risultati in evidenza emerge l'articolo pubblicato sul sito Puglia Salute dell'ASL BT e a seguire compaiono tutti gli articoli delle testate giornalistiche locali.

In primo piano il web mostra e la pubblicazione più importante: il servizio di RaiNews, andato in onda sul TG Regionale RAI e postato sul sito dedicato. Tale diffusione è avvenuta anche per tutte le altre date dello spettacolo.

Conclusioni

Il progetto "La Grande Scommessa" promosso dall'ASL BT, in sinergia con il Consorzio T.P.P. – Puglia Culture, ha mostrato come la comunicazione istituzionale, se adeguatamente pianificata e orientata al coinvolgimento attivo della comunità, possa diventare uno stru-

mento strategico di prevenzione e contrasto al G.A.P. L'approccio adottato ha valorizzato la dimensione culturale ed esperienziale, integrando linguaggi artistici, canali digitali e strumenti tradizionali di comunicazione. Questo ha consentito di:

- sensibilizzare la cittadinanza su un fenomeno complesso e in continua crescita;
- diffondere la conoscenza dei servizi territoriali di cura e prevenzione;
- favorire processi di engagement che hanno raggiunto target diversificati, dai giovani ai professionisti, dalle istituzioni alle famiglie.

I risultati ottenuti – in termini di partecipazione, visibilità mediatica e interazioni sui social – confermano che la combinazione di reti istituzionali, strumenti comunicativi integrati ed eventi pubblici può produrre effetti significativi sul piano della salute pubblica.

Tuttavia, l'esperienza evidenzia anche la necessità di garantire continuità e sostenibilità alle iniziative di sensibilizzazione, evitando che restino episodi isolati. La sfida futura sarà consolidare questi modelli comunicativi, estenderli ad altri contesti e integrare ulteriormente i servizi sanitari con le risorse culturali e sociali del territorio.

In conclusione, il contrasto al G.A.P. non può prescindere da un'azione comunicativa efficace, capace di unire informazione, educazione e partecipazione, restituendo alla cittadinanza strumenti concreti per la tutela della salute individuale e collettiva.

Bibliografia

- Il libro nero dell'Azzardo. Mafie, dipendenze. giovani. Promosso da Federconsumatori e CGIL. Edizione 2024.
- Relazioni Istituzionali & Lobbying. Strumenti di Management per i Public Affairs. Giulio Di Giacomo. Franco Angeli Edizioni, 2022.
- Disagio esistenziale e dipendenze patologiche. Mario G.L. De Rosa. Edizioni Franco Angeli, 2020.
- Piano Nazionale della Prevenzione. 2020-2025. Ministero della Salute. Direzione Generale della Prevenzione Sanitaria.
- Dipendenze Comportamentali. Criteri, evidenze, trattamento. Kenneth Paul Rosemberg e Laura Curtiss Feder. Edizioni Edra Masson, 2015.
- La Comunicazione delle Aziende Sanitarie. Comunicazione e Marketing. Giornale Italiano di Nefrologia. 2014.
- Le altre droghe. Cibo sesso televisione acquisti gioco lavoro. Francisco Alonso-Fernández (Autore) S. Zibellini (Traduttore) Edizioni Univ. Romane, 1999.