

# Tempo libero

uomini e giochi

3  
l'Unità

PER I GIOCHI D'INTRATTENIMENTO GLI ITALIANI SPENDONO 800 MILIARDI ALL'ANNO. UN SETTORE CHE DÀ LAVORO A 50 MILA PERSONE. MA GLI OPERATORI CHIEDONO CHE SIANO LEGALIZZATE PICCOLE VINCITE DI DENARO. DEI VECCHI PASSATEMPI SOLO IL CALCIO BALILLA NON TRAMONTA. NELLE SALE SEMPRE PIU' IMMIGRATI

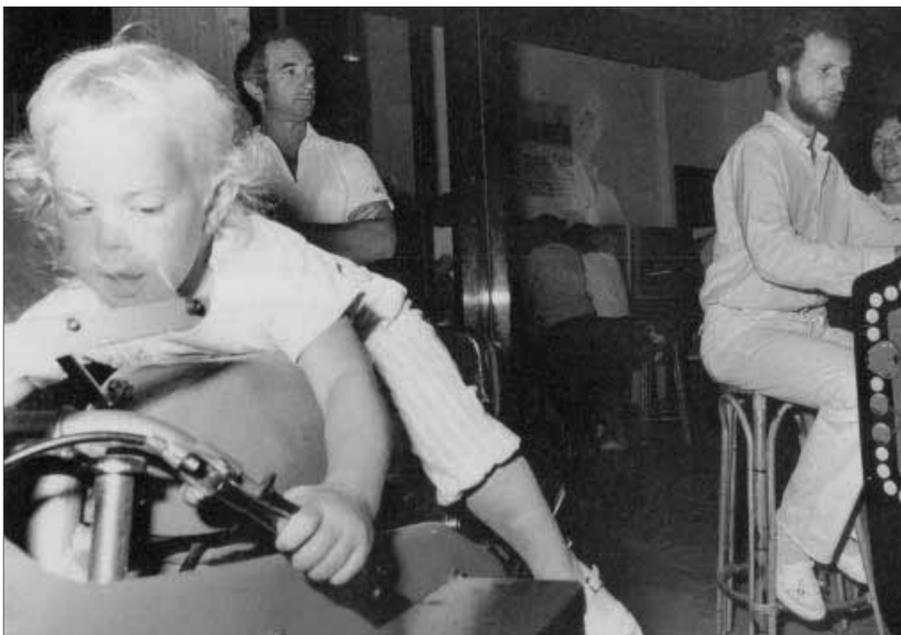
In principio fu il Calcio Balilla. Il gioco delle spiagge, delle case del popolo, dei bar di periferia, degli italiani che si spostavano in Vespa e in Lambretta con la fidanzata, seduta di lato, che si copriva le ginocchia. Due contro due con palline di sughero che permettevano raffinati virtuosismi. Il gancio era il colpo dei fuoriclasse. Un colpo che, come un surplace nel velodromo, arrivava dopo un'attesa estenuante. Polso d'acciaio e velocità fulminee.

«In Italia arrivò dopo la guerra», racconta Luciano Morlacchi, 70 anni, uno dei pionieri del settore che dirige a Busto Arsizio una fabbrica di giochi. «Fu chiamato balilla perché era rivolto ai piccoli, ma piacque subito anche agli adulti. All'estero era conosciuto come *Sport food*. Fu un belga, un certo signor Josseaux, a farlo diffondere in Italia. All'inizio si fabbricava nel carcere di Alessandria perché costava di meno. Più avanti cominciai a costruirlo anch'io. In Italia siamo bravi. Quelli che vedo all'estero, anche in America, sono goffi, poco maneggevoli. I nostri sono un'altra cosa. Poi non tramontano mai. Certo non è più un fenomeno di massa come negli anni Cinquanta quando si facevano i campionati con moto e auto per i vincitori. Ma resta comunque un divertimento popolare. In Italia ce ne sono ancora 120 mila. I flipper invece sono quasi spariti. Negli anni Sessanta andavano fortissimo. Piacevano ai ragazzi perché portavano lo spirito dell'America. Piacevano le luci, i suoni, il toc rotondo della pallina vinta, i record di punteggio che ogni giocatore scriveva su un foglietto appiccato al tabellone. Il flipper venne proibito da qualche politico che non aveva nulla di meglio da fare. «E una morbosa attrazione» si arri-va a dire. Naturalmente, dopo il divieto, l'attrazione aumentò e nel 1965 fu rimesso a furor di popolo. Certe parole, come *tilt e game over*, sono entrate nel linguaggio comune. Hanno fatto tendenza, insomma. Ma ora il flipper, soppiantato dai videogiochi, non attra più».

Siamo italiani, cioè un popolo di bambini, che spendiamo ogni anno circa 800 miliardi in giochi, videogiochi, apparecchi a premio flipper, calcei, biliardi e ultimi juke box. Cambiano le mode, le tecnologie, ma sostanzialmente amiamo sempre la piccola competizione da bar e da relax. Nonostante la grande diffusione dei videogiochi casalinghi (Play station e affini), che costano sempre meno sottraggono clienti ai locali pubblici, funzionano in Italia circa 1800 sale giochi grandi almeno 300 metri quadrati. Un settore in buona salute, molto differenziato tra Nord e Sud, che però non nasconde alcune preoccupazioni di carattere legislativo e fiscale. Il problema più importante, al di là della concorrenza degli altri giochi casalinghi, è quello dell'azzardo.

«In Italia non si può vincere del denaro», spiega Lorenzo Musico presidente della Sapor Agis. Nelle macchine a premio al massimo si vincono dieci gettoni che poi si possono utilizzare per altre partite o per una piccola consumazione. Poca roba che non fa richiamo. Contro bar e locali che si trasformano in vere e proprie bische bisogna dare l'opportunità ai giocatori delle nostre sale di vincere delle piccole somme di denaro. Partendo naturalmente da una giocata prefissata. In Europa fanno tutti così. Noi siamo penalizzati».

I gestori della sale hanno ragione. Anche perché nelle casse dello Stato, compresi Iva e diritti d'auto-



## D i v e r t i r s i

L'Italia ai tempi della Play station

Nonostante la concorrenza della tecnologia domestica nelle sale si spendono 800 miliardi

# Dal calcetto al simulatore per l'italiano la vita è un gioco

DARIO CECCARELLI

re, ogni anno vanno 180 miliardi. Se poi aggiungiamo che sul settore pesa già un Iva del 20 per cento, e che per i giochi d'intrattenimento continuerà a colpire l'imposta spietata (abolita invece dal 2000 per cinema, teatro e musica), il futuro si fa preoccupante.

«Visto che abbiamo già i nostri problemi», dice Luciano Ganata, un gestore milanese «ci piacerebbe che lo Stato non ce ne creasse altri. Al di là delle cifre, bisogna rendersi conto che il nostro settore ha un continuo bisogno di rinnovamento per mantenersi competitivo. Giochi sempre più raffinati, attrazioni sempre più sorprendenti. Il pubblico è molto esigente. Ed è un pubblico informatissimo che, spendendo 100 mila lire, può tenersi in casa giochi elettronici molto elaborati. A Milano c'è anche il problema dell'affitto. I grandi locali diventano tutti banche o show room. Solo la moda o gli istituti finanziari posso-

no infatti pagare cifre da capogiro. Mentre i bar sono sempre più angusti e tutti centrati sull'alimentazione. Non c'è nemmeno posto per un flipper. Il risultato è che a Milano le sale tirano a campare. Per trovare posti di almeno mille metri quadrati bisogna andare a Lissone e nella cintura periferica. Funzionano invece bene i bowling, ma sono un'altra cosa».

È un mondo molto differenziato, quello delle sale giochi. Sia nel pubblico che nei costi. Se Milano piange, Roma invece se la passa bene. Qui gli affitti costano meno e, conseguentemente, anche i prezzi delle macchine e dei giochi. «È difficile generalizzare», spiega Marco Cerigioni addetto stampa della Sipar. «Se Milano non ha grandi locali, ci sono invece altri posti del Nord molto attivi. In Piemonte, in Emilia Romagna, nel Veneto la domanda è crescente. Nei posti turistici e in provincia c'è molto più movi-

mento. Interessante è anche il fenomeno dei grandi centri commerciali. In queste strutture stanno sorgendo delle sale che riscuotono molto successo. Succede anche che i genitori, quando devono far compere lunghe, lascino i figli nelle sale giochi. Una funzione di babysitteraggio molto apprezzata. I giochi sono quindi pensati in funzione dei più piccoli. In generale nelle sale si cerca di avvicinare tutto il nucleo familiare. A questo proposito in alcuni locali ci sono dei centri d'intrattenimento per fasce d'età diverse. Agli adulti piacciono quei giochi d'abilità che, vincendo, restituiscono il ticket. Sono delle evoluzioni del gioco del martello, della ruspa, della gru elettromeccanica che scava tra i premi. Si vincono anche regali considerabili che partono dalle 100 mila lire in su».

Ma ai ragazzi piace il brivido della tecnologia futuribile. Acqua

scooter, simulatori di velocità, aerei che impazziscono, Ferrari che ti portano a 300 all'ora nei circuiti del mondo. C'è un modello della casa di Maranello, la F 355 Challenger, che costa oltre 60 milioni. Anche il costo è proporzionato all'investimento. Cinquemila lire per giocata. «Il videogioco normale», commenta Cerigioni «è ormai superato. Bisogna offrire sempre qualcosa di più. Solo il calcio balilla mantiene un suo pubblico costante e fedele. I flipper ormai la gente li tiene solo in casa per collezionismo. Si è tentato di migliorarli introducendo all'interno del video in cui la pallina interagisce con le immagini trasmesse. Ma il risultato è stato deludente. Non c'è niente da fare. Dobbiamo adeguarci anche al nuovo tipo di pubblico. Crescono gli stranieri, gli immigrati. Gente che lavora, che cerca dei posti dove ritrovarsi, giocare e bersi una birra. Il futuro anche questo».

# Metropolis

Il punto

## Muore chi non si rinnova

Giochi di simulazione, macchine di formula 1 che riproducono tutte le emozioni di un pilota in corsa, rodei virtuali, corse motociclistiche, guerre nel cielo e sul mare, incontri di lotta tra campioni che si rinnovano continuamente, giochi collettivi per famiglie: l'edizione numero 26 dell'Enada, la rassegna del settore che ha avuto luogo la settimana scorsa a Roma, si è conclusa con una convinzione: che l'unico modo per dare un futuro ai giochi d'intrattenimento e alle sale pubbliche è quello di rinnovarsi continuamente presentando modelli sempre più sofisticati che resistano alla concorrenza dei videogiochi domestici.

Le case giapponesi, spiegano gli operatori, lanciano delle macchine magnifiche



## INFO

### I numeri del business

Gli italiani spendono 800 miliardi all'anno in giochi. Il volume d'affari dell'industria è di 540 miliardi. Allostato ne vanno 178, 9. Gli occupati sono 50 mila. Gli apparecchi 993 mila. Le macchine a premio 740 mila. I videogiochi 100 mila, i calcei 120 mila.

che però, dopo qualche mese, sono già pronte per arrivare, in versione ridotta, in tutte le case. Una corsa affannosa di autoconcorrenza, una sorta di autogol, che obbliga i gestori dei giochi a un continuo ricambio dei pezzi.

A questo proposito gli operatori della Sapor Agis preferirebbero una nuova legge che riorganizzi il settore anziché il regolamento di attuazione di quella del 1995.

«Da una parte», spiega il presidente Musico «il regolamento di attuazione provocherebbe il rinnovo totale del parco macchine esistente. Va bene cambiare la scheda, insomma il software, ma non si può fare lo stesso anche con il mobile in cui va inserito il gioco. Per la modifica di una macchina bisognerebbe chiedere al Comune una licenza. Un vincolo burocratico assurdo visto che la nostra industria vive su un ricambio continuo delle macchine».

## Parla il gestore di una sala

# «Il mio pubblico? Il terzo mondo sano»

Quando gli dicono che per lui la vita è tutto un gioco non s'offende. Anzi, ne è quasi orgoglioso. «Vorrei vedere. Io non spilo nel piatto in cui mangio. E' da 45 anni che lavoro in questo settore. Ho cominciato col calcio balilla nei primi anni Cinquanta arrivando fino agli attuali giochi elettronici. Ho visto arrivare i primi flipper, oggetti del demone secondo i bacchettoni, che ipotizzavano i ragazzi degli anni Sessanta. Ho visto i bowling, i biliardi, le prime macchine a premio. Ora tocca a mio figlio continuare la tradizione divertirmi ancora un po'».



Emilio Pains, 63 anni, milanese purosangue, s'accende di passione. Nel suo locale, una sala giochi in via Torino di fianco al cinema Vip, si muove come uno chief premuroso che spiega i piatti migliori. I suoi clienti li conosce uno per uno. Per nazionalità, gusti e professione.

«Quelli sono dei bancari», dice con sicurezza. Vengono qui da una vita. Prendono un aperitivo, e poi cominciano una partita. Fanno sempre lo stesso gioco, una macchina che c'è da vent'anni. Si rilassano così. Quell'altro è un oraf. Un tipo tranquillo che va sempre sul sicuro. Le novità invece piacciono ai ragazzi. Ma il pubblico più fedele, che non tradisce mai, è quello degli stranieri. Filippini, brasiliani, peruviani, cingalesi. Brava gente che lavora sodo e, ogni tanto, potendosi permettere, si diverte un'oretta con i nostri giochi. Io li apprezzo molto. E lo dico mettendo una mano sul cuore e l'altra sul portafoglio. Oltre a farci lavorare bene, cosa che non guasta, sono anche molto educati. Lo chiamo il terzo mondo sano. Si divertono e tengono lontano la malavita. La malavita arriva quando c'è il gioco d'azzardo, insomma quando sente odor di quattrini. Qui al massimo si vincono dieci gettoni da 300 lire. Eventualmente convertibili in una birra o in un panino. Se penso ai soldi che la gente gioca al Superenalotto».

Tutto vero. Lo dice anche il cartello in evidenza all'entrata. «In queste macchine a premio si possono giocare solo gettoni da 300 lire.

La vincita massima è di 10 gettoni eventualmente convertibili in consumazioni...». A prima vista le macchine a premio sembrano delle slot machines: carte colorate, numeri che girano, luci a profusione, un bel fruscio invitante. «Sì, ma di soldi non ne danno», sottolinea Pains. «E infatti i miei clienti preferiscono gli altri giochi. Non posso darlo loro torto. Un minimo di azzardo ci vuole, altrimenti che gusto c'è? Intendiamoci, io non amo che nel locale girino troppi soldi. Come non mi piace svuotare le tasche ai miei clienti. Sono contento se si divertono, bevono una birra, e consumano il giusto. L'azzardo porta sfortuna e gente poco raccomandabile. Ma un minimo di soddisfazione a un giocatore bisogna darla. Negli altri paesi europei si arriva a pagare fino a 25 volte la posta. In Spagna addirittura il 125. A noi basterebbe poter convertire i gettoni vinti in soldi spendibili anche fuori. Magari portando la giocata da 300 a mille lire. Così se uno vince ha il piacere di portarsi a casa un piccolo guzzoletto. Se poi vuole spenderlo mangiando e bevendo, mi sta benissimo. Ma è importante che a deciderlo sia il cliente. In Italia ci sono molte restrizioni. In realtà lo Stato preferisce non di-

strarre la gente da altri giochi, come il Lotto o il Totocalcio, che garantiscono una pioggia di entrate. Ma noi non chiediamo di trasformare le nostre sale in bische. Ma qualche d'incoraggiamento ci vuole».

Il grande movimento è attorno ai nuovi giochi elettronici. Partite di calcio, corse d'auto, pesci da abboccare all'amo, scontri tra samurai. A far la parte dei leoni, ovvio, sono i giapponesi. C'è la Sega, la Namco, la Taito. «I ragazzi sono agguatissimi. I giochi di lotta, quelli della Tekken Tag, sono favolosi. Ogni personaggio ha le sue mosse. Adesso sono 24 ma ne stanno arrivando altri dieci. C'è una grande attesa tra gli appassionati. Si telefonano: «È nato il nuovo campione?»

Italiani e stranieri, giovani e vecchi. C'è anche un signore con una faccia rugosa come una mappa indiana. «È un mio vecchio cliente che in gioventù è stato nella Legione straniera», spiega Pains con uno slancio affettuoso. «Siamo della stessa classe, una classe di ferro, e ogni tanto ci facciamo un bicchierino insieme per festeggiare. Che cosa? Che siamo qui, che domande. La vita è un gioco, non glielo avevo già detto?»

Da Ce.

