
Febbre da scommesse

Autore: Roberto Luppi

Fonte: Città Nuova

Aumenta il tempo e il denaro investito per Totocalcio e Totogol. Le mitiche schedine attirano sempre più giovani

Ricevitorie in ogni quartiere, siti di scommesse online: il mondo delle puntate sportive è diventato una valanga che travolge tanti e tanti italiani, anche tra i giovani. La prima volta si tratta di uno o due euro puntati sul campionato nel week end. Nulla di che: se si vince bene, altrimenti si va avanti. Non si comincia mai da soli, il primo passo lo si fa sempre in compagnia: la scommessa solitaria, almeno all'inizio, non dà gusto. Se si perde è difficile continuare, non c'è l'ebbrezza dei soldi facili che entrano in tasca.

Se si vince invece la situazione peggiora. Subito il rammarico di non aver scommesso di più, ben sapendo tuttavia che la volta dopo non si ripeterà lo stesso errore.

Pian piano si scopre che il calcio è una macchina che avvolge. Le occasioni per scommettere si moltiplicano: la serie A ha anticipi, postici e turni infrasettimanali, la serie B gioca sfalsata, quindi necessita puntate a parte. Martedì e mercoledì sono consacrati alla Champions League, o, male che vada, ci sarà sempre la Coppa Italia, giovedì è il turno della Europa League, e venerdì c'è l'anticipo della B. Ogni giorno porta il suo bel da farsi e, se una settimana sembra magra di opportunità, si metterà la nazionale a tappare il buco che compare nelle agende di ricevitorie per il culto delle scommesse e dei loro fedeli praticanti.

Prima o poi anche il calcio finisce, sarà allora che l'appassionato scoprirà come il mondo dello sport è decisamente più grande di quello del pallone, e così le occasioni, tra basket, pallavolo, formula 1, ippica e chi più ne ha più ne metta, subiscono una moltiplicazione all'infinito.

Secondo i dati diffusi dai Monopoli di Stati, gli incassi derivanti dalle scommesse sportive, nel corso del 2010, sono stati di 4,4 miliardi di euro (+ 9,19% rispetto al 2009). Il dominio assoluto nel nostro paese è legato al calcio, con un picco massimo registrato in occasione della finale di Champions League dell'anno scorso tra Inter e Bayern Monaco, in cui le puntate sono arrivate alla cifra astronomica di 14,385 milioni di euro. Per quanto riguarda la diffusione regionale: al primo posto c'è la Campania con 609 milioni di euro scommessi, seguita da Lombardia e Lazio.

Ai numeri si aggiungono i fattori psicologici. Giocare una schedina da *solo* un euro sottopone, inevitabilmente, all'occhiata impietosa del ricevitore. Vincere una puntata da *solo* un euro, darà luogo ad infinite recriminazioni, quindi la scommessa base non potrà che salire. Giocare *solo* una schedina, darà allo scommettitore l'impressione di avere troppe poche possibilità di vittoria, e allora anche il numero delle giocate salirà.

Vincere affama, più di quel che appaga: vedere entrare soldi facili nelle proprie tasche è la migliore pubblicità per acuire la voglia. Perdere fa entrare nel vortice: solo una nuova vincita potrà risarcire i soldi spesi in scommesse. E, soprattutto, ci si convince che la sconfitta è solo questione di sfortuna, la prossima volta sarà quella buona. Come afferma lo psicologo Pasquale Ionata: « La scommessa successiva sarà sempre quella grossa, il colpo di fortuna. Una grossa vincita gli consentirà di rifarsi delle perdite e di risarcire i creditori. Questo purtroppo non accade che raramente, anzi molto raramente, se non mai ». L'ultima trasformazione che subirà il gioco sarà quella di passare da comunitario a solitario: tante sconfitte in compagnia accrescono la vergogna, le successive puntate avverranno quindi in solitudine, in modo tale che, andando sempre peggio, si potrà mentire sul fatto stesso di aver giocato o sull'entità della scommessa.

In conclusione bisogna dire che, sicuramente, il quadro non è così nero come spesso lo si dipinge. Esiste una fascia ampia di scommettitori, più o meno occasionali, per i quali il gioco serve solo ad aggiungere un po' di peperoncino alla partita domenicale.

Ma bisogna tenere alta l'allerta, soprattutto nel caso di soggetti giovani, affinché da hobby non si passi a mania per sfociare infine in malattia. Paul Newman nel film *Il colore dei soldi* argutamente diceva: « Un dollaro vinto è due volte più dolce di un dollaro guadagnato », ma attenzione alle controindicazioni.