

«Snaitech, web e socialità Come cambia il gioco»

Il ceo Schiavolin: sull'Ippodromo di Milano 15-20 milioni

ROMA Micro-scommesse legate ad un evento live. «Piccoli importi per divertirsi seguendo lo sport che più appassiona». Soprattutto «algoritmi di intelligenza artificiale che analizzano il modo con cui il giocatore interagisce con i nostri dispositivi». Ecco il nuovo comparto del gioco uscito rivoluzionato dal Covid. «Con la piattaforma BetBuddy stiamo implementando strumenti di auto-esclusione per bloccare il gioco se ci sono giocate eccessive e ripetute», spiega Fabio Schiavolin, ceo di Snaitech. Un modo per prevenire i comportamenti compulsivi che si verificano quando il giocatore resta solo diventando ludopata.

La società sta completando l'acquisizione dell'operatore Happybet con i suoi 100 punti vendita tra Austria e Germania. Dunque il percorso di internazionalizzazione del gruppo prosegue. Ma i due anni appena trascorsi, travolti dalla pandemia e dalle necessarie misure di distanziamento, hanno cambiato molto il comparto del gioco. Quasi un anno di chiusure per punti vendita e sale scommesse: chi

è rimasto in piedi lo deve alla caparbità di non aver mollato preservando il poco che era possibile sostenere con gli introiti dell'online. «Siamo stati costretti a ridisegnare tutti i processi ma non abbiamo licenziato nessuno – dice Schiavolin –. Abbiamo mantenuto la struttura inalterata con i nostri 1.600 punti vendita. Abbiamo sviluppato nuove tecnologie digitali, abbiamo soprattutto attivato un ombrello protettivo per la rete dei nostri imprenditori-franchise. Cristallizzando le posizioni creditorie, negoziando piani di rientro dai debiti e aumentando la remunerazione garantita ai gestori sulle giocate online dei loro clienti». Il comparto del gioco legale, spesso demonizzato, è in realtà una barriera all'illegalità e può essere anche uno spazio protettivo nel quale tutelare e limitare, ove fosse necessario, il consumatore. Nei due anni di pandemia sono aumentati a dismisura i siti non autorizzati dall'Agenzia dei Monopoli. «Noi stiamo trasformando tutti i nostri punti di vendita in luoghi di socialità, in punti di aggregazione. E la tendenza ora è l'in-

trattenimento. Il gioco ha una dimensione di svago per questo offriamo gli streaming live degli eventi sportivi in modo che chiunque possa giocare mentre sono in corso convertendo il pronostico in un modo di socializzare», dice il manager. «Ora i nostri margini derivano per il 55% dal canale online, ma ciò non ha creato detrimento alla rete dei negozi».

Dalle sedi di Milano e Portofino, provincia di Lucca, gli esperti di scommesse quotano le probabilità. L'ultima scommessa è il rilancio dell'Ippodromo di Milano. «Con un investimento di 15-20 milioni stiamo riqualificando un'area da un milione e mezzo di metri quadri, trasformandolo in uno stadio del cavallo che riunirà galoppo, trotto ed equitazione e che sarà pronto per gli europei del 2023», chiarisce Schiavolin.

Fabio Savelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Al vertice
Fabio Schiavolin, guida il gruppo Snaitech

