**CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE “UMBRIA NO SLOT”**

La campagna è il frutto di un “concorso di idee”, al quale hanno partecipato circa 150 creativi in tutta Italia. Punta sulla qualità grafica dell'immagine e sulla trasversalità del messaggio, è declinata attraverso layout e video con proposte diverse. È rivolta a un **target molto ampio, dai 15 ai 74 anni**, utilizzando tutti i principali mezzi di comunicazione, con un'azione capillare che unisce un approccio tradizionale all'innovatività del web.

**Sei i temi utilizzati per dire no al gioco d'azzardo**, declinati tra giovani e adulti, attraverso un linguaggio semplice, diretto e positivo. Ai ragazzi l'invito a non "farsi fregare" e a compiere una scelta importante, quella di "essere liberi”, attraverso i seguenti slogan: **"Il gioco d'azzardo ti incatena? Scegli di essere libero"** e ancora **"Il gioco d'azzardo ti ingabbia? Scegli di essere libero".** Per il pubblico over 35 si punta, invece, sul senso della perdita legato agli aspetti più significativi della vita di ciascuno, come la famiglia, l'amore per i figli, l'amicizia. Si parte dalla domanda "Giochi d'azzardo?" per rispondere in vari modi: **"Hai perso… un momento magico con i tuoi figli",** oppure **"un pomeriggio al parco con i tuoi figli"**, **"le tue amicizie più care"** o ancora **"una passeggiata con un amico fedele"**.

La campagna **Umbria No Slot** prevede inoltre la diffusione capillare di materiali informativi destinati a vari target:

* Locandine e depliant informativi rivolti a tutti i cittadini e diffusi nelle farmacie, ambulatori, servizi sanitari e sociali, ecc.,
* Depliant informativi rivolti ai gestori degli esercizi con offerta di giochi d’azzardo,
* Locandine rivolte ai giocatori, per l’esposizione obbligatoria disposta dalle normative nazionali e rinforzata dalla legge regionale n. 21/2014, negli esercizi con offerta di giochi d’azzardo.