

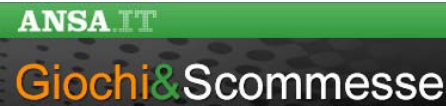








Rassegna Stampa

SIETE STATI PRESENTI SU...

Rassegna Stampa a cura dell'**AGICOS** – Agenzia Giornalistica Concorsi e Scommesse



22-06-2012 ore 16:18 - im

CONTIELLO, CRESCERE CON LA MERITOCRAZIA

Luca Contiello, ad di GMatica, "Questo è un momento di trasformazione e tocca vari contesti"

***dalla nostra inviata** - "Di fronte a cambiamenti che hanno investito il nostro settore è importante pensare a un futuro diverso per arrivare preparati alle novità". Questo quanto dichiarato da Luca Contiello, ad di GMatica, che ha aperto i lavori della convention organizzata oggi a Roma "I segni del cambiamento". "Questo è un momento di trasformazione e tocca vari contesti, vista la costante evoluzione delle regole a cui abbiamo assistito. Per quanto riguarda il comparto degli apparecchi - ha spiegato Contiello - sta finendo una concessione che ha permesso il consolidamento della filiera e ora ci aspetta un nuovo momento legato a tante novità. Una delle più recenti è l'accorpamento dell'ente regolatore nell'agenzia delle dogane, questo se per certi aspetti - quello dei tabacchi - può essere comprensibile per il settore giochi desta qualche apprensione, ma aspetteremo i prossimi giorni per valutare come tutto sarà definito". Contiello passa poi ad esaminare l'evoluzione che ha riguardato il settore delle slot che "spesso costituisce, com'è stato in passato, un incremento negli esborsi economici. A titolo di esempio possiamo citare i nuovi PDA geo-referenziati per proseguire con le nuove comma 6A all'orizzonte e le relative nuove regole tecniche che verranno applicate con scarso recupero delle macchine già installate. Altra novità è la manutenzione a real time che prevede che chi deve intervenire su una macchina necessiti di un messaggio telematico che possa sbloccare l'apparecchio. In questo momento di trasformazione anche GMatica prova a rinnovarsi - continua Contiello - con una nuova componente industriale (ingresso di Novomatic), con nuove proposte alla filiera, con nuovi percorsi di comunicazione. Ma il punto di forza della nostra azienda è la rete dei clienti: preferiamo non fare la 'battaglia sui centesimi' ma crescere sulla meritocrazia cercando di costruire un nuovo futuro e di far emergere il meglio di questo settore anche grazie alla realizzazione di progetti comuni".

LINK: http://www.agicos.it/dett-news.php?id_news=117895

22-06-2012 ore 16:25 - im

DE ROSA, CAMPAGNA CON "CARTE IN REGOLA"

GMatica rinnova il profilo della propria immagine cercando i segni del cambiamento

***dalla nostra inviata** - "Il 2012 è l'anno del cambiamento, un anno nel quale pur continuando nel percorso intrapreso nel 2004, ci ha avviato anche al rinnovamento". Sono le parole di Giulia De Rosa, direttore business di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. Con GMatica abbiamo pensato anche a rinnovare il profilo della nostra immagine pur non cambiando filosofia - ha detto De Rosa - abbiamo dato una svolta al nostro brand e abbiamo rintracciato i segni del cambiamento. Innanzi tutto il logo aziendale (riconoscibile, longevo e che trasmette messaggi), una campagna pubblicitaria che coniuga ragione e sentimento, un ottimo servizio al cliente (il nostro fiore all'occhiello), un'adeguata razionalità come garanzia del risultato, una crescente competizione. Abbiamo rinnovato anche il sito Internet con nuove aree di informazione e avviato una nuova newsletter per informare la nostra rete. La nostra - conclude - è una campagna con le carte in regola".

LINK: http://www.agicos.it/dett-news.php?id_news=117896



22-06-2012 ore 16:30 - im

MARINI, PROGETTO SU GIOCO PATOLOGICO

Matteo Marini, presidente di GMatica, "stiamo lavorando ad un progetto sul gioco patologico: un progetto con la provincia di Roma per misurare realmente il fenomeno ed avviare soluzioni di intervento"

***dalla nostra inviata** - "Il contesto economico è particolare. Dal 2007 siamo in recessione". A parlare è Matteo Marini, Presidente di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. "Il settore del gioco - ha affermato Marini - non è anticiclico. La spesa è piatta da tre anni anche se il numero degli apparecchi per gestore cresce. Stiamo lavorando ad un progetto sul gioco patologico: un progetto con la provincia di Roma per misurare realmente il fenomeno ed avviare soluzioni di intervento".

LINK: http://www.agicos.it/dett-news.php?id_news=117898

22-06-2012 ore 18:39 - im

SILVESTRI, LAVORIAMO SU SEMPLIFICAZIONE

Per Franco Silvestri (direttore operations gmatica) "Abbiamo lavorato su semplificazione, servizi e innovazione"

***dalla nostra inviata** - "La fase di trasformazione che c'è stata fino ad ora ha interessato soprattutto la figura del gestore - ha esordito Franco Silvestri, responsabile unità operativa di Gmatica nel corso della convention organizzata oggi a Roma. "Noi abbiamo cercato di supportarla con soluzioni tecnologicamente valide ed efficienti. Abbiamo lavorato su semplificazione, servizi e innovazione. Migliorare in quest'ottica vuol dire dare maggiore informazione" ha aggiunto. "Sono tante le proposte cui stiamo lavorando: innanzitutto lo smartview, un prodotto di business intelligence per dare elementi e informazioni sui prodotti di cui il gestore dispone. Esistono due precise fasi: nella prima saranno a disposizione statistiche periodiche, nella seconda sarà possibile avere delle statistiche personalizzabili, per esempio con la distribuzione territoriale e con la possibilità di effettuare confronti tra le medie mensili di coin-in di tutti i gestori Gmatica" ha detto. Sono delle statistiche utili a capire "qual è la macchina che lavora meglio" e se ci sono performance negative, a capire "come e dove intervenire". "Tra gli altri servizi che verranno messi a disposizione - ha continuato Silvestri - lo Smartvenue, un applicativo gestionale per pianificare incassi e manutenzione. Via mobile e via web verrà attivato un pacchetto innovativo e facile da usare".

LINK: http://www.agicos.it/dett-news.php?id_news=117906

22-06-2012 ore 18:47 - im

DE ROSA, TRASPARENZA E TRACCIABILITA'

Per il direttore Business di Gmatica, "due punti indispensabili sono trasparenza e tracciabilità. Sono due condizioni richieste dal legislatore stesso"

***dalla nostra inviata** - "Quello che vorremmo come concessionario è fare delle esigenze del estore il nostro obiettivo - ha affermato, riprendendo la parola, Giulia De Rosa, direttore Business di Gmatica, nel corso della convention di oggi a Roma - Si parte dalla convenienza, soprattutto in termini economici. Canone zero è una iniziativa che premi il gestore virtuoso. La promozione viene prorogata fino al 30 settembre 2012. Poi il prodotto di punta che presentiamo ai gestori: Novostar, una macchina che non ha bisogno di descrizioni: è una soluzione che consente di garantire l'offerta di gioco senza investimenti". Per la De Rosa, "due punti indispensabili sono trasparenza e tracciabilità. Sono due condizioni - ha continuato - richieste dal legislatore in base alle nuove norme del decreto fiscale. Proprio per rispondere a queste esigenze, abbiamo cercato uno strumento di pagamento adeguato a quanto richiesto. Si tratta di uno strumento alternativo al bonifico bancario e Gmatica ha stretto un accordo con Mobilmat. Si tratta di un istituto di moneta elettronica autorizzato dalla Banca italiana. Si opera online con pc smartphone e ipad. Si controlla online o mediante sms. Mobilmat è un valido strumento anche per i gestori di vlt. Il gestore ha una identificazione del cliente e la sua fidelizzazione e il giocatore ha un accredito immediato delle vincite fino a 5mila euro" ha spiegato ancora.

LINK: http://www.agicos.it/dett-news.php?id_news=117907



22-06-2012 ore 19:06 - *im*

GMATICA, NOSTRA FORZA PRODOTTI VINCENTI

"Noi sappiamo fare i concessionari. E' quello che sappiamo fare meglio e credo che sia proprio questo il nostro punto di forza"

- **dalla nostra inviata** * "Noi sappiamo fare i concessionari. E' quello che sappiamo fare meglio e credo che sia proprio questo il nostro punto di forza". E' quanto ha detto ad Agicos Luca Contiello, ad di Gmatica, rispondendo alle domande poste dal direttore di Agicos, Fabio Felici, sui punti di solidità dell'azienda che in questi anni non è stata coinvolta nelle vicende portate alla ribalta dalla cronaca. "Abbiamo sempre detto di saper far bene i concessionari e la nostra azienda - che vanta un'esperienza pregressa in campo tecnologico - e che è abituata a realizzare prodotti vincenti: è questa la nostra filosofia, è questa la nostra forza". Ma poi Contiello è passato a un'analisi di mercato, e rispondendo alla domanda su una presunta cannibalizzazione delle slot virtuali - che partiranno a dicembre - su quelle fisiche, l'ad di Gmatica ha sostenuto come "inevitabilmente si verificherà una minima cannibalizzazione come è accaduto anche con altri prodotti introdotti di recente sul mercato. Vero è però - ha aggiunto - che i target sono diversi e chi è abituato a giocare in una sala, non si metterà facilmente dietro un pc".

LINK: http://www.agicos.it/dett-news.php?id_news=117908

22-06-2012 ore 19:11 - *im*

CONTIELLO, "MA LA LOBBY DOVE'?"

Risponde così l'ad di Gmatica Luca Contiello, alla domanda sulla presunta esistenza di una lobby dei concessionari

***dalla nostra inviata** - "Ma la lobby dove sta?". Risponde così l'ad di Gmatica Luca Contiello, alla domanda posta dal direttore di Jamma Magazine, Monica Cuprifi, sulla presunta esistenza di una lobby dei concessionari. "Non esiste una lobby, non abbiamo neanche un referente" ha ribadito Contiello. "Non siamo riusciti neanche a creare una comunità di intenti, figurarsi una lobby. Stiamo cercando - anzi - di creare un fronte comune, ma non è sempre facile. L'idea della lobby, purtroppo, spesso scaturisce dalla cattiva informazione dei mezzi di comunicazione" ha poi concluso.

LINK: http://www.agicos.it/dett-news.php?id_news=117909



>> 2012-06-22 17:08 vc



GMATICA: CONVENTION A ROMA "I SEGNI DEL CAMBIAMENTO"

A Roma la convention organizzata da GMatica, "I segni del cambiamento"

CONTIELLO, CRESCERE CON LA MERITOCRAZIA

Luca Contiello, ad di GMatica, "Questo è un momento di trasformazione e tocca vari contesti"

***dalla nostra inviata i.m.** - "Di fronte a cambiamenti che hanno investito il nostro settore è importante pensare a un futuro diverso per arrivare preparati alle novità". Questo quanto dichiarato da Luca Contiello, ad di GMatica, che ha aperto i lavori della convention organizzata oggi a Roma "I segni del cambiamento". "Questo è un momento di trasformazione e tocca vari contesti, vista la costante evoluzione delle regole a cui abbiamo assistito. Per quanto riguarda il comparto degli apparecchi - ha spiegato Contiello - sta finendo una concessione che ha permesso il consolidamento della filiera e ora ci aspetta un nuovo momento legato a tante novità. Una delle più recenti è l'accorpamento dell'ente regolatore nell'agenzia delle dogane, questo se per certi aspetti - quello dei tabacchi - può essere comprensibile per il settore giochi desta qualche apprensione, ma aspetteremo i prossimi giorni per valutare come tutto sarà definito". Contiello passa poi ad esaminare l'evoluzione che ha riguardato il settore delle slot che "spesso costituisce, com'è stato in passato, un incremento negli esborsi economici. A titolo di esempio possiamo citare i nuovi PDA geo-referenziati per proseguire con le nuove comma 6A all'orizzonte e le relative nuove regole tecniche che verranno applicate con scarso recupero delle macchine già installate. Altra novità è la manutenzione a real time che prevede che chi deve intervenire su una macchina necessiti di un messaggio telematico che possa sbloccare l'apparecchio. In questo momento di trasformazione anche GMatica prova a rinnovarsi - continua Contiello - con una nuova componente industriale (ingresso di Novomatic), con nuove proposte alla filiera, con nuovi percorsi di comunicazione. Ma il punto di forza della nostra azienda è la rete dei clienti: preferiamo non fare la 'battaglia sui centesimi' ma crescere sulla meritocrazia cercando di costruire un nuovo futuro e di far emergere il meglio di questo settore anche grazie alla realizzazione di progetti comuni".

DE ROSA, CAMPAGNA CON "CARTE IN REGOLA"

GMatica rinnova il profilo della propria immagine cercando i segni del cambiamento

***dalla nostra inviata i.m.** - "Il 2012 è l'anno del cambiamento, un anno nel quale pur continuando nel percorso intrapreso nel 2004, ci ha avviato anche al rinnovamento". Sono le parole di Giulia De Rosa, direttore business di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. Con GMatica abbiamo pensato anche a rinnovare il profilo della nostra immagine pur non cambiando filosofia - ha detto De Rosa - abbiamo dato una svolta al nostro brand e abbiamo rintracciato i segni del cambiamento. Innanzi tutto il logo aziendale (riconoscibile, longevo e che trasmette messaggi), una campagna pubblicitaria che coniuga ragione e sentimento, un ottimo servizio al cliente (il nostro fiore all'occhiello), un'adeguata razionalità come garanzia del risultato, una crescente competizione. Abbiamo rinnovato anche il sito Internet con nuove aree di informazione e avviato una nuova newsletter per informare la nostra rete. La nostra - conclude - è una campagna con le carte in regola".

MARINI, PROGETTO SU GIOCO PATOLOGICO

Matteo Marini, presidente di GMatica, "stiamo lavorando ad un progetto sul gioco patologico: un progetto con la provincia di Roma per misurare realmente il fenomeno ed avviare soluzioni di intervento"

***dalla nostra inviata i.m.** - "Il contesto economico è particolare. Dal 2007 siamo in recessione". A parlare è Matteo Marini, Presidente di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. "Il settore del gioco - ha affermato Marini - non è anticiclico. La spesa è piatta da tre anni anche se il numero degli apparecchi per gestore cresce. Stiamo lavorando ad un progetto sul gioco patologico: un progetto con la provincia di Roma per misurare realmente il fenomeno ed avviare soluzioni di intervento".

LINK: <http://www.agicoslotjamma.it/spip.php?article7828>



>> 2012-06-22 17:08 vc



GMATICA: CONVENTION A ROMA "I SEGNI DEL CAMBIAMENTO"

SILVESTRI, LAVORIAMO SU SEMPLIFICAZIONE

Per Franco Silvestri (direttore operations gmatica) "Abbiamo lavorato su semplificazione, servizi e innovazione"

"La fase di trasformazione che c'è stata fino ad ora ha interessato soprattutto la figura del gestore – ha esordito Franco Silvestri, responsabile unità operativa di Gmatica nel corso della convention organizzata oggi a Roma. "Noi abbiamo cercato di supportarla con soluzioni tecnologicamente valide ed efficienti. Abbiamo lavorato su semplificazione, servizi e innovazione. Migliorare in quest'ottica vuol dire dare maggiore informazione" ha aggiunto. "Sono tante le proposte cui stiamo lavorando: innanzitutto lo smartview, un prodotto di business intelligence per dare elementi e informazioni sui prodotti di cui il gestore dispone. Esistono due precise fasi: nella prima saranno a disposizione statistiche periodiche, nella seconda sarà possibile avere delle statistiche personalizzabili, per esempio con la distribuzione territoriale e con la possibilità di effettuare confronti tra le medie mensili di coin-in di tutti i gestori Gmatica" ha detto. Sono delle statistiche utili a capire "qual è la macchina che lavora meglio" e se ci sono performance negative, a capire "come e dove intervenire". "Tra gli altri servizi che verranno messi a disposizione – ha continuato Silvestri – lo Smartvenue, un applicativo gestionale per pianificare incassi e manutenzione. Via mobile e via web verrà attivato un pacchetto innovativo e facile da usare".

DE ROSA, TRASPARENZA E TRACCIABILITA'

Per il direttore Business di Gmatica, "due punti indispensabili sono trasparenza e tracciabilità. Sono due condizioni richieste dal legislatore stesso"

"Quello che vorremmo come concessionario è fare delle esigenze del estore il nostro obiettivo - ha affermato, riprendendo la parola, Giulia De Rosa, direttore Business di Gmatica, nel corso della convention di oggi a Roma - Si parte dalla convenienza, soprattutto in termini economici. Canone zero è una iniziativa che premi il gestore virtuoso. La promozione viene prorogata fino al 30 settembre 2012. Poi il prodotto di punta che presentiamo ai gestori: Novostar, una macchina che non ha bisogno di descrizioni: è una soluzione che consente di garantire l'offerta di gioco senza investimenti". Per la De Rosa, "due punti indispensabili sono trasparenza e tracciabilità. Sono due condizioni - ha continuato - richieste dal legislatore in base alle nuove norme del decreto fiscale. Proprio per rispondere a queste esigenze, abbiamo cercato uno strumento di pagamento adeguato a quanto richiesto. Si tratta di uno strumento alternativo al bonifico bancario e Gmatica ha stretto un accordo con Mobilmat. Si tratta di un istituto di moneta elettronica autorizzato dalla Banca italiana. Si opera online con pc smartphone e ipad. Si controlla online o mediante sms. Mobilmat è un valido strumento anche per i gestori di vlt. Il gestore ha una identificazione del cliente e la sua fidelizzazione e il giocatore ha un accredito immediato delle vincite fino a 5mila euro" ha spiegato ancora.

LINK: <http://www.agicoslotjamma.it/spip.php?article7828>



GMATICA, NOSTRA FORZA PRODOTTI VINCENTI

"Noi sappiamo fare i concessionari. E' quello che sappiamo fare meglio e credo che sia proprio questo il nostro punto di forza"

"Noi sappiamo fare i concessionari. E' quello che sappiamo fare meglio e credo che sia proprio questo il nostro punto di forza". E' quanto ha detto ad Agicos Luca Contiello, ad di Gmatica, rispondendo alle domande poste dal direttore di Agicos, Fabio Felici, sui punti di solidità dell'azienda che in questi anni non è stata coinvolta nelle vicende portate alla ribalta dalla cronaca. "Abbiamo sempre detto di saper far bene i concessionari e la nostra azienda - che vanta un'esperienza pregressa in campo tecnologico - e che è abituata a realizzare prodotti vincenti: è questa la nostra filosofia, è questa la nostra forza". Ma poi Contiello è passato a un'analisi di mercato, e rispondendo alla domanda su una presunta cannibalizzazione delle slot virtuali - che partiranno a dicembre - su quelle fisiche, l'ad di Gmatica ha sostenuto come "inevitabilmente si verificherà una minima cannibalizzazione come è accaduto anche con altri prodotti introdotti di recente sul mercato. Vero è però - ha aggiunto - che i target sono diversi e chi è abituato a giocare in una sala, non si metterà facilmente dietro un pc".

CONTIELLO, "MA LA LOBBY DOV'E'?"

Risponde così l'ad di Gmatica Luca Contiello, alla domanda sulla presunta esistenza di una lobby dei concessionari

"Ma la lobby dove sta?". Risponde così l'ad di Gmatica Luca Contiello, alla domanda posta dal direttore di Jamma Magazine, Monica Cuprifi, sulla presunta esistenza di una lobby dei concessionari. "Non esiste una lobby, non abbiamo neanche un referente" ha ribadito Contiello. "Non siamo riusciti neanche a creare una comunità di intenti, figurarsi una lobby. Stiamo cercando - anzi - di creare un fronte comune, ma non è sempre facile. L'idea della lobby, purtroppo, spesso scaturisce dalla cattiva informazione dei mezzi di comunicazione" ha poi concluso.

LINK: <http://www.agicoslotjamma.it/spip.php?article7828>



CONTIELLO, CRESCERE CON LA MERITOCRAZIA

22 giugno, 16:18

**dalla nostra inviata* - "Di fronte a cambiamenti che hanno investito il nostro settore è importante pensare a un futuro diverso per arrivare preparati alle novità". Questo quanto dichiarato da Luca Contiello, ad di GMatica, che ha aperto i lavori della convention organizzata oggi a Roma "I segni del cambiamento". "Questo è un momento di trasformazione e tocca vari contesti, vista la costante evoluzione delle regole a cui abbiamo assistito. Per quanto riguarda il comparto degli apparecchi - ha spiegato Contiello - sta finendo una concessione che ha permesso il consolidamento della filiera e ora ci aspetta un nuovo momento legato a tante novità. Una delle più recenti è l'accorpamento dell'ente regolatore nell'agenzia delle dogane, questo se per certi aspetti - quello dei tabacchi - può essere comprensibile per il settore giochi desta qualche apprensione, ma aspetteremo i prossimi giorni per valutare come tutto sarà definito". Contiello passa poi ad esaminare l'evoluzione che ha riguardato il settore delle slot che "spesso costituisce, com'è stato in passato, un incremento negli esborsi economici. A titolo di esempio possiamo citare i nuovi PDA geo-referenziati per proseguire con le nuove comma 6A all'orizzonte e le relative nuove regole tecniche che verranno applicate con scarso recupero delle macchine già installate. Altra novità è la manutenzione a real time che prevede che chi deve intervenire su una macchina necessiti di un messaggio telematico che possa sbloccare l'apparecchio. In questo momento di trasformazione anche GMatica prova a rinnovarsi - continua Contiello - con una nuova componente industriale (ingresso di Novomatic), con nuove proposte alla filiera, con nuovi percorsi di comunicazione. Ma il punto di forza della nostra azienda è la rete dei clienti: preferiamo non fare la 'battaglia sui centesimi' ma crescere sulla meritocrazia cercando di costruire un nuovo futuro e di far emergere il meglio di questo settore anche grazie alla realizzazione di progetti comuni".

LINK: <http://giochiescommesse.ansa.it/Articolo/117895-21>

DE ROSA, CAMPAGNA CON "CARTE IN REGOLA"

22 giugno, 16:25

**dalla nostra inviata* - "Il 2012 è l'anno del cambiamento, un anno nel quale pur continuando nel percorso intrapreso nel 2004, ci ha avviato anche al rinnovamento". Sono le parole di Giulia De Rosa, direttore business di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. Con GMatica abbiamo pensato anche a rinnovare il profilo della nostra immagine pur non cambiando filosofia - ha detto De Rosa - abbiamo dato una svolta al nostro brand e abbiamo rintracciato i segni del cambiamento. Innanzi tutto il logo aziendale (riconoscibile, longevo e che trasmette messaggi), una campagna pubblicitaria che coniuga ragione e sentimento, un ottimo servizio al cliente (il nostro fiore all'occhiello), un'adeguata razionalità come garanzia del risultato, una crescente competizione. Abbiamo rinnovato anche il sito Internet con nuove aree di informazione e avviato una nuova newsletter per informare la nostra rete. La nostra - conclude - è una campagna con le carte in regola".

LINK: <http://giochiescommesse.ansa.it/Articolo/117896-21>



MARINI, PROGETTO SU GIOCO PATOLOGICO

22 giugno, 16:30

***dalla nostra inviata** - "Il contesto economico è particolare. Dal 2007 siamo in recessione". A parlare è Matteo Marini, Presidente di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. "Il settore del gioco - ha affermato Marini - non è anticiclico. La spesa è piatta da tre anni anche se il numero degli apparecchi per gestore cresce. Stiamo lavorando ad un progetto sul gioco patologico: un progetto con la provincia di Roma per misurare realmente il fenomeno ed avviare soluzioni di intervento".

LINK: <http://giochiescommesse.ansa.it/Articolo/117898-21>

SILVESTRI, LAVORIAMO SU SEMPLIFICAZIONE

22 giugno, 18:39

***dalla nostra inviata** - "La fase di trasformazione che c'è stata fino ad ora ha interessato soprattutto la figura del gestore - ha esordito Franco Silvestri, responsabile unità operativa di Gmatica nel corso della convention organizzata oggi a Roma. "Noi abbiamo cercato di supportarla con soluzioni tecnologicamente valide ed efficienti. Abbiamo lavorato su semplificazione, servizi e innovazione. Migliorare in quest'ottica vuol dire dare maggiore informazione" ha aggiunto. "Sono tante le proposte cui stiamo lavorando: innanzitutto lo smartview, un prodotto di business intelligence per dare elementi e informazioni sui prodotti di cui il gestore dispone. Esistono due precise fasi: nella prima saranno a disposizione statistiche periodiche, nella seconda sarà possibile avere delle statistiche personalizzabili, per esempio con la distribuzione territoriale e con la possibilità di effettuare confronti tra le medie mensili di coin-in di tutti i gestori Gmatica" ha detto. Sono delle statistiche utili a capire "qual è la macchina che lavora meglio" e se ci sono performance negative, a capire "come e dove intervenire". "Tra gli altri servizi che verranno messi a disposizione - ha continuato Silvestri - lo Smartvenue, un applicativo gestionale per pianificare incassi e manutenzione. Via mobile e via web verrà attivato un pacchetto innovativo e facile da usare".

LINK: <http://giochiescommesse.ansa.it/Articolo/117906-21>



DE ROSA, TRASPARENZA E TRACCIABILITA'

22 giugno, 18:47

***dalla nostra inviata** - "Quello che vorremmo come concessionario è fare delle esigenze del estore il nostro obiettivo - ha affermato, riprendendo la parola, Giulia De Rosa, direttore Business di Gmatica, nel corso della convention di oggi a Roma - Si parte dalla convenienza, soprattutto in termini economici. Canone zero è una iniziativa che premi il gestore virtuoso. La promozione viene prorogata fino al 30 settembre 2012. Poi il prodotto di punta che presentiamo ai gestori: Novostar, una macchina che non ha bisogno di descrizioni: è una soluzione che consente di garantire l'offerta di gioco senza investimenti". Per la De Rosa, "due punti indispensabili sono trasparenza e tracciabilità. Sono due condizioni - ha continuato - richieste dal legislatore in base alle nuove norme del decreto fiscale. Proprio per rispondere a queste esigenze, abbiamo cercato uno strumento di pagamento adeguato a quanto richiesto. Si tratta di uno strumento alternativo al bonifico bancario e Gmatica ha stretto un accordo con Mobilmat. Si tratta di un istituto di moneta elettronica autorizzato dalla Banca italiana. Si opera online con pc smartphone e ipad. Si controlla online o mediante sms. Mobilmat è un valido strumento anche per i gestori di vlt. Il gestore ha una identificazione del cliente e la sua fidelizzazione e il giocatore ha un accredito immediato delle vincite fino a 5mila euro" ha spiegato ancora.

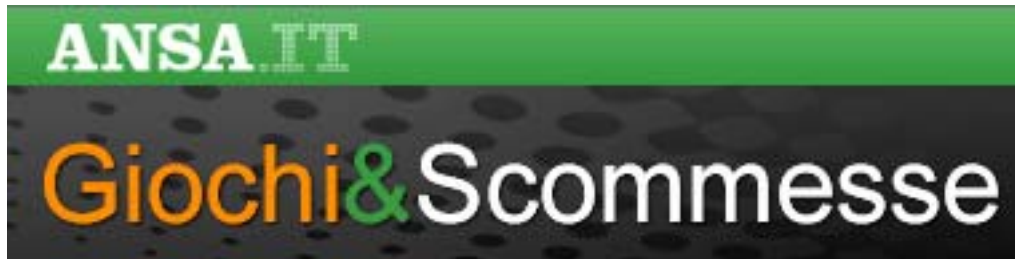
LINK: <http://giochiescommesse.ansa.it/Articolo/117907-21>

GMATICA, NOSTRA FORZA PRODOTTI VINCENTI

22 giugno, 19:06

- **dalla nostra inviata** * "Noi sappiamo fare i concessionari. E' quello che sappiamo fare meglio e credo che sia proprio questo il nostro punto di forza". E' quanto ha detto ad Agicos Luca Contiello, ad di Gmatica, rispondendo alle domande poste dal direttore di Agicos, Fabio Felici, sui punti di solidità dell'azienda che in questi anni non è stata coinvolta nelle vicende portate alla ribalta dalla cronaca. "Abbiamo sempre detto di saper far bene i concessionari e la nostra azienda - che vanta un'esperienza pregressa in campo tecnologico - e che è abituata a realizzare prodotti vincenti: è questa la nostra filosofia, è questa la nostra forza". Ma poi Contiello è passato a un'analisi di mercato, e rispondendo alla domanda su una presunta cannibalizzazione delle slot virtuali - che partiranno a dicembre - su quelle fisiche, l'ad di GMatica ha sostenuto come "inevitabilmente si verificherà una minima cannibalizzazione come è accaduto anche con altri prodotti introdotti di recente sul mercato. Vero è però - ha aggiunto - che i target sono diversi e chi è abituato a giocare in una sala, non si metterà facilmente dietro un pc".

LINK: <http://giochiescommesse.ansa.it/Articolo/117908-21>



CONTIELLO, "MA LA LOBBY DOV'E'?"

22 giugno, 19:11

***dalla nostra inviata** - "Ma la lobby dove sta?". Risponde così l'ad di Gmatica Luca Contiello, alla domanda posta dal direttore di Jamma Magazine, Monica Cuprifi, sulla presunta esistenza di una lobby dei concessionari. "Non esiste una lobby, non abbiamo neanche un referente" ha ribadito Contiello. "Non siamo riusciti neanche a creare una comunità di intenti, figurarsi una lobby. Stiamo cercando - anzi - di creare un fronte comune, ma non è sempre facile. L'idea della lobby, purtroppo, spesso scaturisce dalla cattiva informazione dei mezzi di comunicazione" ha poi concluso.

LINK: <http://giochiescommesse.ansa.it/Articolo/117909-21>

24ORE – GIOCHI&SCOMMESSE

CONTIELLO, CRESCERE CON LA MERITOCRAZIA, 16:18

Luca Contiello, ad di GMatica, "Questo è un momento di trasformazione e tocca vari contesti"

*dalla nostra inviata – "Di fronte a cambiamenti che hanno investito il nostro settore è importante pensare a un futuro diverso per arrivare preparati alle novità". Questo quanto dichiarato da Luca Contiello, ad di GMatica, che ha aperto i lavori della convention organizzata oggi a Roma "I segni del cambiamento". "Questo è un momento di trasformazione e tocca vari contesti, vista la costante evoluzione delle regole a cui abbiamo assistito. Per quanto riguarda il comparto degli apparecchi – ha spiegato Contiello – sta finendo una concessione che ha permesso il consolidamento della filiera e ora ci aspetta un nuovo momento legato a tante novità. Una delle più recenti è l'accorpamento dell'ente regolatore nell'agenzia delle dogane, questo se per certi aspetti – quello dei tabacchi – può essere comprensibile per il settore giochi desta qualche apprensione, ma aspetteremo i prossimi giorni per valutare come tutto sarà definito". Contiello passa poi ad esaminare l'evoluzione che ha riguardato il settore delle slot che "spesso costituisce, com'è stato in passato, un incremento negli esborsi economici. A titolo di esempio possiamo citare i nuovi PDA geo-referenziati per proseguire con le nuove comma 6A all'orizzonte e le relative nuove regole tecniche che verranno applicate con scarso recupero delle macchine già installate. Altra novità è la manutenzione a real time che prevede che chi deve intervenire su una macchina necessiti di un messaggio telematico che possa sbloccare l'apparecchio. In questo momento di trasformazione anche GMatica prova a rinnovarsi – continua Contiello – con una nuova componente industriale (ingresso di Novomatic), con nuove proposte alla filiera, con nuovi percorsi di comunicazione. Ma il punto di forza della nostra azienda è la rete dei clienti: preferiamo non fare la 'battaglia sui centesimi' ma crescere sulla meritocrazia cercando di costruire un nuovo futuro e di far emergere il meglio di questo settore anche grazie alla realizzazione di progetti comuni".

LINK:

http://www.repubblica.it/news/giochi_e_scommesse/rep_giochi_scommesse_n_117895.html

24ORE – GIOCHI&SCOMMESSE

DE ROSA, CAMPAGNA CON "CARTE IN REGOLA", 16:25

GMatica rinnova il profilo della propria immagine cercando i segni del cambiamento

*dalla nostra inviata – "Il 2012 è l'anno del cambiamento, un anno nel quale pur continuando nel percorso intrapreso nel 2004, ci ha avviato anche al rinnovamento". Sono le parole di Giulia De Rosa, direttore business di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. Con GMatica abbiamo pensato anche a rinnovare il profilo della nostra immagine pur non cambiando filosofia – ha detto De Rosa – abbiamo dato una svolta al nostro brand e abbiamo rintracciato i segni del cambiamento. Innanzi tutto il logo aziendale (riconoscibile, longevo e che trasmette messaggi), una campagna pubblicitaria che coniuga ragione e sentimento, un ottimo servizio al cliente (il nostro fiore all'occhiello), un'adeguata razionalità come garanzia del risultato, una crescente competizione. Abbiamo rinnovato anche il sito Internet con nuove aree di informazione e avviato una nuova newsletter per informare la nostra rete. La nostra – conclude – è una campagna con le carte in regola".

LINK:

http://www.repubblica.it/news/giochi_e_scommesse/rep_giochi_scommesse_n_117896.html

24ORE – GIOCHI&SCOMMESSE

MARINI, PROGETTO SU GIOCO PATOLOGICO, 16:30

Matteo Marini, presidente di GMatica, "stiamo lavorando ad un progetto sul gioco patologico: un progetto con la provincia di Roma per misurare realmente il fenomeno ed avviare soluzioni di intervento"

*dalla nostra inviata – "Il contesto economico è particolare. Dal 2007 siamo in recessione". A parlare è Matteo Marini, Presidente di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. "Il settore del gioco – ha affermato Marini – non è anticiclico. La spesa è piatta da tre anni anche se il numero degli apparecchi per gestore cresce. Stiamo lavorando ad un progetto sul gioco patologico: un progetto con la provincia di Roma per misurare realmente il fenomeno ed avviare soluzioni di intervento".

LINK:

http://www.repubblica.it/news/giochi_e_scommesse/rep_giochi_scommesse_n_117898.html

24 ORE – GIOCHI&SCOMMESSE

SILVESTRI, LAVORIAMO SU SEMPLIFICAZIONE, 18:39

Per Franco Silvestri (direttore operations Gmatica) "Abbiamo lavorato su semplificazione, servizi e innovazione"

*dalla nostra inviata – "La fase di trasformazione che c'è stata fino ad ora ha interessato soprattutto la figura del gestore – ha esordito Franco Silvestri, responsabile unità operativa di Gmatica nel corso della convention organizzata oggi a Roma. "Noi abbiamo cercato di supportarla con soluzioni tecnologicamente valide ed efficienti. Abbiamo lavorato su semplificazione, servizi e innovazione. Migliorare in quest'ottica vuol dire dare maggiore informazione" ha aggiunto. "Sono tante le proposte cui stiamo lavorando: innanzitutto lo smartview, un prodotto di business intelligence per dare elementi e informazioni sui prodotti di cui il gestore dispone. Esistono due precise fasi: nella prima saranno a disposizione statistiche periodiche, nella seconda sarà possibile avere delle statistiche personalizzabili, per esempio con la distribuzione territoriale e con la possibilità di effettuare confronti tra le medie mensili di coin-in di tutti i gestori Gmatica" ha detto. Sono delle statistiche utili a capire "qual è la macchina che lavora meglio" e se ci sono performance negative, a capire "come e dove intervenire". "Tra gli altri servizi che verranno messi a disposizione – ha continuato Silvestri – lo Smartvenue, un applicativo gestionale per pianificare incassi e manutenzione. Via mobile e via web verrà attivato un pacchetto innovativo e facile da usare".

LINK:

http://www.repubblica.it/news/giochi_e_scommesse/rep_giochi_scommesse_n_117906.html

24ORE – GIOCHI&SCOMMESSE

DE ROSA, TRASPARENZA E TRACCIABILITA', 18:47

Per il direttore Business di Gmatica, "due punti indispensabili sono trasparenza e tracciabilità. Sono due condizioni richieste dal legislatore stesso"

*dalla nostra inviata – "Quello che vorremmo come concessionario è fare delle esigenze del estore il nostro obiettivo – ha affermato, riprendendo la parola, Giulia De Rosa, direttore Business di Gmatica, nel corso della convention di oggi a Roma – Si parte dalla convenienza, soprattutto in termini economici. Canone zero è una iniziativa che premi il gestore virtuoso. La promozione viene prorogata fino al 30 settembre 2012. Poi il prodotto di punta che presentiamo ai gestori: Novostar, una macchina che non ha bisogno di descrizioni: è una soluzione che consente di garantire l'offerta di gioco senza investimenti". Per la De Rosa, "due punti indispensabili sono trasparenza e tracciabilità. Sono due condizioni – ha continuato – richieste dal legislatore in base alle nuove norme del decreto fiscale. Proprio per rispondere a queste esigenze, abbiamo cercato uno strumento di pagamento adeguato a quanto richiesto. Si tratta di uno strumento alternativo al bonifico bancario e Gmatica ha stretto un accordo con Mobilmat. Si tratta di un istituto di moneta elettronica autorizzato dalla Banca italiana. Si opera online con pc smartphone e ipad. Si controlla online o mediante sms. Mobilmat è un valido strumento anche per i gestori di vlt. Il gestore ha una identificazione del cliente e la sua fidelizzazione e il giocatore ha un accredito immediato delle vincite fino a 5mila euro" ha spiegato ancora.

LINK:

http://www.repubblica.it/news/giochi_e_scommesse/rep_giochi_scommesse_n_117907.html

24ORE – GIOCHI&SCOMMESSE

GMATICA, NOSTRA FORZA PRODOTTI VINCENTI, 19:06

"Noi sappiamo fare i concessionari. E' quello che sappiamo fare meglio e credo che sia proprio questo il nostro punto di forza"

– dalla nostra inviata * "Noi sappiamo fare i concessionari. E' quello che sappiamo fare meglio e credo che sia proprio questo il nostro punto di forza". E' quanto ha detto ad Agicos Luca Contiello, ad di Gmatica, rispondendo alle domande poste dal direttore di Agicos, Fabio Felici, sui punti di solidità dell'azienda che in questi anni non è stata coinvolta nelle vicende portate alla ribalta dalla cronaca. "Abbiamo sempre detto di saper far bene i concessionari e la nostra azienda – che vanta un'esperienza pregressa in campo tecnologico – e che è abituata a realizzare prodotti vincenti: è questa la nostra filosofia, è questa la nostra forza". Ma poi Contiello è passato a un'analisi di mercato, e rispondendo alla domanda su una presunta cannibalizzazione delle slot virtuali – che partiranno a dicembre – su quelle fisiche, l'ad di GMatica ha sostenuto come "inevitabilmente si verificherà una minima cannibalizzazione come è accaduto anche con altri prodotti introdotti di recente sul mercato. Vero è però – ha aggiunto – che i target sono diversi e chi è abituato a giocare in una sala, non si metterà facilmente dietro un pc".

LINK:

http://www.repubblica.it/news/giochi_e_scommesse/rep_giochi_scommesse_n_117908.html

24ORE – GIOCHI&SCOMMESSE

CONTIELLO, "MA LA LOBBY DOVE'?", 19:11

Risponde così l'ad di Gmatica Luca Contiello, alla domanda sulla presunta esistenza di una lobby dei concessionari

*dalla nostra inviata – "Ma la lobby dove sta?". Risponde così l'ad di Gmatica Luca Contiello, alla domanda posta dal direttore di Jamma Magazine, Monica Cuprifi, sulla presunta esistenza di una lobby dei concessionari. "Non esiste una lobby, non abbiamo neanche un referente" ha ribadito Contiello. "Non siamo riusciti neanche a creare una comunità di intenti, figurarsi una lobby. Stiamo cercando – anzi – di creare un fronte comune, ma non è sempre facile. L'idea della lobby, purtroppo, spesso scaturisce dalla cattiva informazione dei mezzi di comunicazione" ha poi concluso.

LINK:

http://www.repubblica.it/news/giochi_e_scommesse/rep_giochi_scommesse_n_117909.html



22/06/2012

MARINI, PROGETTO SU GIOCO PATOLOGICO

*dalla nostra inviata - "Il contesto economico è particolare. Dal 2007 siamo in recessione". A parlare è Matteo Marini, Presidente di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. "Il settore del gioco - ha affermato Marini - non è anticiclico. La spesa è piatta da tre anni anche se il numero degli apparecchi per gestore cresce. Stiamo lavorando ad un progetto sul gioco patologico: un progetto con la provincia di Roma per misurare realmente il fenomeno ed avviare soluzioni di intervento".

LINK: <http://www.tgcom24.mediaset.it/giochiescommesse/articoli/articolo1117898.shtml>

CONTE, TRASFERIRE A DOGANE SOLO TABACCHI



16:37 22-06-2012

"Più che la soppressione di AAMS, un'ipotesi che vedo percorribile sarebbe trasferire la gestione dei tabacchi all'Agenzia delle Dogane, mentre il settore dei giochi andrebbe affidato a un'Agenzia leggera, con meno personale, anche perchè si tratta di un settore che richiede una grande professionalità...



5 MESI, RACCOLTA +25%, SPESA INVARIATA



12:27 22-06-2012

Cresce del 25% la raccolta dei giochi nei primi cinque mesi del 2012 (passa da 30 miliardi e 30 milioni, a 37 miliardi e 496 milioni), ma la spesa effettiva dei giocatori registra un incremento di appena lo 0,2% (pari a una 15ina di milioni, si passa dai 7 miliardi 473 milioni di un anno fa si passa agli attuali 7 miliardi 488 milioni). Il fenomeno...



22-06-2012

16:52 UK, LOTTERIA CERCA VINCITORE SBADATO

16:30 MARINI, PROGETTO SU GIOCO PATOLOGICO

LINK: <http://www.agicoscommesse.it/partner/AgI/>

affaritaliani.it

GMATICA: CONTIELLO, CRESCERE CON LA MERITOCRAZIA

Venerdì, 22 Giugno 2012 - 16:18

"Di fronte a cambiamenti che hanno investito il nostro settore è importante pensare a un futuro diverso per arrivare preparati alle novità". Questo quanto dichiarato da Luca Contiello, ad di GMatica, che ha aperto i lavori della convention organizzata oggi a Roma "I segni del cambiamento". "Questo è un momento di trasformazione e tocca vari contesti, vista la costante evoluzione delle regole a cui abbiamo assistito. Per quanto riguarda il comparto degli apparecchi - ha spiegato Contiello - sta finendo una concessione che ha permesso il consolidamento della filiera e ora ci aspetta un nuovo momento legato a tante novità. Una delle più recenti è l'accorpamento dell'ente regolatore nell'agenzia delle dogane, questo se per certi aspetti - quello dei tabacchi - può essere comprensibile per il settore giochi desta qualche apprensione, ma aspetteremo i prossimi giorni per valutare come tutto sarà definito". Contiello passa poi ad esaminare l'evoluzione che ha riguardato il settore delle slot che "spesso costituisce, com'è stato in passato, un incremento negli esborsi economici. A titolo di esempio possiamo citare i nuovi PDA geo-referenziati per proseguire con le nuove comma 6A all'orizzonte e le relative nuove regole tecniche che verranno applicate con scarso recupero delle macchine già installate. Altra novità è la manutenzione a real time che prevede che chi deve intervenire su una macchina necessiti di un messaggio telematico che possa sbloccare l'apparecchio. In questo momento di trasformazione anche GMatica prova a rinnovarsi - continua Contiello - con una nuova componente industriale (ingresso di Novomatic), con nuove proposte alla filiera, con nuovi percorsi di comunicazione. Ma il punto di forza della nostra azienda è la rete dei clienti: preferiamo non fare la 'battaglia sui centesimi' ma crescere sulla meritocrazia cercando di costruire un nuovo futuro e di far emergere il meglio di questo settore anche grazie alla realizzazione di progetti comuni".

LINK: <http://affaritaliani.libero.it/giochiescommesse/legginews.asp?id=220612161800>



GMATICA: DE ROSA, CAMPAGNA CON "CARTE IN REGOLA"

Venerdì, 22 Giugno 2012 - 16:25

"Il 2012 è l'anno del cambiamento, un anno nel quale pur continuando nel percorso intrapreso nel 2004, ci ha avviato anche al rinnovamento". Sono le parole di Giulia De Rosa, direttore business di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. Con GMatica abbiamo pensato anche a rinnovare il profilo della nostra immagine pur non cambiando filosofia - ha detto De Rosa - abbiamo dato una svolta al nostro brand e abbiamo rintracciato i segni del cambiamento. Innanzi tutto il logo aziendale (riconoscibile, longevo e che trasmette messaggi), una campagna pubblicitaria che coniuga ragione e sentimento, un ottimo servizio al cliente (il nostro fiore all'occhiello), un'adeguata razionalità come garanzia del risultato, una crescente competizione. Abbiamo rinnovato anche il sito Internet con nuove aree di informazione e avviato una nuova newsletter per informare la nostra rete. La nostra - conclude - è una campagna con le carte in regola".

LINK: <http://affaritaliani.libero.it/giochiescommesse/legginews.asp?id=220612162500>

affaritaliani.it



GMATICA: MARINI, PROGETTO SU GIOCO PATOLOGICO

Venerdi, 22 Giugno 2012 - 16:30

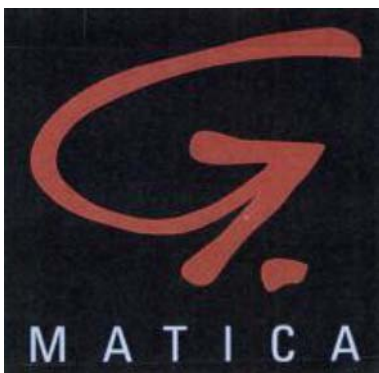
"Il contesto economico è particolare. Dal 2007 siamo in recessione". A parlare è Matteo Marini, Presidente di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. "Il settore del gioco - ha affermato Marini - non è anticiclico. La spesa è piatta da tre anni anche se il numero degli apparecchi per gestore cresce. Stiamo lavorando ad un progetto sul gioco patologico: un progetto con la provincia di Roma per misurare realmente il fenomeno ed avviare soluzioni di intervento".

LINK: <http://affaritaliani.libero.it/giochiescommesse/legginews.asp?id=220612163000>



MARINI, PROGETTO SU GIOCO PATOLOGICO

Matteo Marini, presidente di GMatica, "stiamo lavorando ad un progetto sul gioco patologico: un progetto con la provincia di Roma per misurare realmente il fenomeno ed avviare soluzioni di intervento"...



(AGICOS)

**dalla nostra inviata* - "Il contesto economico è particolare. Dal 2007 siamo in recessione". A parlare è Matteo Marini, Presidente di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. "Il settore del gioco - ha affermato Marini - non è anticiclico. La spesa è piatta da tre anni anche se il numero degli apparecchi per gestore cresce. Stiamo lavorando ad un progetto sul gioco patologico: un progetto con la provincia di Roma per misurare realmente il fenomeno ed avviare soluzioni di intervento".

LINK: http://www.tmnews.it/web/sezioni/agicos/PN_20120622_165055_117898.shtml



CONTIELLO, CRESCERE CON LA MERITOCRAZIA

Luca Contiello, ad di GMatica, "Questo è un momento di trasformazione e tocca vari contesti"



(AGICOS)

**dalla nostra inviata* - "Di fronte a cambiamenti che hanno investito il nostro settore è importante pensare a un futuro diverso per arrivare preparati alle novità". Questo quanto dichiarato da Luca Contiello, ad di GMatica, che ha aperto i lavori della convention organizzata oggi a Roma "I segni del cambiamento". "Questo è un momento di trasformazione e tocca vari contesti, vista la costante evoluzione delle regole a cui abbiamo assistito. Per quanto riguarda il comparto degli apparecchi - ha spiegato Contiello - sta finendo una concessione che ha permesso il consolidamento della filiera e ora ci aspetta un nuovo momento legato a tante novità. Una delle più recenti è l'accorpamento dell'ente regolatore nell'agenzia delle dogane, questo se per certi aspetti - quello dei tabacchi - può essere comprensibile per il settore giochi desta qualche apprensione, ma aspetteremo i prossimi giorni per valutare come tutto sarà definito". Contiello passa poi ad esaminare l'evoluzione che ha riguardato il settore delle slot che "spesso costituisce, com'è stato in passato, un incremento negli esborsi economici. A titolo di esempio possiamo citare i nuovi PDA geo-referenziati per proseguire con le nuove comma 6A all'orizzonte e le relative nuove regole tecniche che verranno applicate con scarso recupero delle macchine già installate. Altra novità è la manutenzione a real time che prevede che chi deve intervenire su una macchina necessiti di un messaggio telematico che possa sbloccare l'apparecchio. In questo momento di trasformazione anche GMatica prova a rinnovarsi - continua Contiello - con una nuova componente industriale (ingresso di Novomatic), con nuove proposte alla filiera, con nuovi percorsi di comunicazione. Ma il punto di forza della nostra azienda è la rete dei clienti: preferiamo non fare la 'battaglia sui centesimi' ma crescere sulla meritocrazia cercando di costruire un nuovo futuro e di far emergere il meglio di questo settore anche grazie alla realizzazione di progetti comuni".

LINK: http://www.tmnews.it/web/sezioni/agicos/PN_20120622_165055_117895.shtml



GMATICA: CONTIELLO, CRESCERE CON LA MERITOCRAZIA

2012/06/22 16:18:13

"Di fronte a cambiamenti che hanno investito il nostro settore è importante pensare a un futuro diverso per arrivare preparati alle novità". Questo quanto dichiarato da Luca Contiello, ad di GMatica, che ha aperto i lavori della convention organizzata oggi a Roma "I segni del cambiamento". "Questo è un momento di trasformazione e tocca vari contesti, vista la costante evoluzione delle regole a cui abbiamo assistito. Per quanto riguarda il comparto degli apparecchi - ha spiegato Contiello - sta finendo una concessione che ha permesso il consolidamento della filiera e ora ci aspetta un nuovo momento legato a tante novità. Una delle più recenti è l'accorpamento dell'ente regolatore nell'agenzia delle dogane, questo se per certi aspetti - quello dei tabacchi - può essere comprensibile per il settore giochi desta qualche apprensione, ma aspetteremo i prossimi giorni per valutare come tutto sarà definito". Contiello passa poi ad esaminare l'evoluzione che ha riguardato il settore delle slot che "spesso costituisce, com'è stato in passato, un incremento negli esborsi economici. A titolo di esempio possiamo citare i nuovi PDA geo-referenziati per proseguire con le nuove comma 6A all'orizzonte e le relative nuove regole tecniche che verranno applicate con scarso recupero delle macchine già installate. Altra novità è la manutenzione a real time che prevede che chi deve intervenire su una macchina necessiti di un messaggio telematico che possa sbloccare l'apparecchio. In questo momento di trasformazione anche GMatica prova a rinnovarsi - continua Contiello - con una nuova componente industriale (ingresso di Novomatic), con nuove proposte alla filiera, con nuovi percorsi di comunicazione. Ma il punto di forza della nostra azienda è la rete dei clienti: preferiamo non fare la 'battaglia sui centesimi' ma crescere sulla meritocrazia cercando di costruire un nuovo futuro e di far emergere il meglio di questo settore anche grazie alla realizzazione di progetti comuni".

LINK: http://www.dire.it/agicos/Home/gmatica_contiello.php?c=44871&m=25&l=it

GMATICA: DE ROSA, CAMPAGNA CON "CARTE IN REGOLA"

2012/06/22 17:30:49

"Il 2012 è l'anno del cambiamento, un anno nel quale pur continuando nel percorso intrapreso nel 2004, ci ha avviato anche al rinnovamento". Sono le parole di Giulia De Rosa, direttore business di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. Con GMatica abbiamo pensato anche a rinnovare il profilo della nostra immagine pur non cambiando filosofia - ha detto De Rosa - abbiamo dato una svolta al nostro brand e abbiamo rintracciato i segni del cambiamento. Innanzi tutto il logo aziendale (riconoscibile, longevo e che trasmette messaggi), una campagna pubblicitaria che coniuga ragione e sentimento, un ottimo servizio al cliente (il nostro fiore all'occhiello), un'adeguata razionalità come garanzia del risultato, una crescente competizione. Abbiamo rinnovato anche il sito Internet con nuove aree di informazione e avviato una nuova newsletter per informare la nostra rete. La nostra - conclude - è una campagna con le carte in regola".

LINK: http://www.dire.it/agicos/Home/gmatica_de.php?c=44874&m=25&l=it

GMATICA: MARINI, PROGETTO SU GIOCO PATOLOGICO

2012/06/22 16:30:04

"Il contesto economico è particolare. Dal 2007 siamo in recessione". A parlare è Matteo Marini, Presidente di GMatica, nel corso della convention organizzata oggi a Roma. "Il settore del gioco - ha affermato Marini - non è anticiclico. La spesa è piatta da tre anni anche se il numero degli apparecchi per gestore cresce. Stiamo lavorando ad un progetto sul gioco patologico: un progetto con la provincia di Roma per misurare realmente il fenomeno ed avviare soluzioni di intervento".

LINK: http://www.dire.it/agicos/Home/gmaticamarini_progetto.php?c=44876&m=25&l=it



Agenzia Giornalistica Concorsi e Scommesse

Info e Contatti: **AGICOS**
Via del Viminale 43 - 00184 Roma
Tel. 06/47824642-47824156
Fax 06-4741084
E-Mail redazione@agicos.it
Website: www.agicos.it
www.agicoscommesse.it
www.ajslo.it
www.agicos.com