

Nuove restrizioni per la pubblicità di giochi con vincite in denaro

5 ottobre 2012

By Ernesto Apa e Dario Morelli

Il 13 settembre scorso è stato approvato dal Consiglio dei Ministri il decreto legge n. 158/2012, recante "Disposizioni urgenti per promuovere lo sviluppo del Paese mediante un più alto livello di tutela della salute". L'articolo 7 del Decreto ha introdotto nuove limitazioni per i messaggi pubblicitari concernenti il gioco con vincite in denaro. Le nuove norme diventeranno efficaci a partire dal 1° gennaio 2013.

In particolare, per i messaggi pubblicitari di giochi con vincite in denaro scatterà:

- A. il divieto assoluto di trasmissione nel corso di programmi TV, radio e rappresentazioni teatrali o cinematografiche rivolti prevalentemente ai giovani;
- B. l'obbligo – su giornali, riviste, pubblicazioni, in TV, in radio, durante le rappresentazioni cinematografiche e teatrali e su internet – di:
 - non incitare al gioco né esaltarne la pratica;
 - non includere minorenni;
 - contenere formule di avvertimento sul rischio di dipendenza dalla pratica del gioco e l'indicazione della possibilità di consultare note informative sulle probabilità di vincita pubblicate sui siti istituzionali dell'AAMS (Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato), e dei singoli concessionari, oppure disponibili presso i punti di raccolta dei giochi.

In caso di trasgressione delle nuove norme, i committenti del messaggio pubblicitario e i proprietari del mezzo con cui questo è diffuso rischieranno una sanzione amministrativa pecuniaria compresa tra centomila e cinquecentomila euro.

Inoltre, anche sui siti internet destinati all'offerta di giochi con vincite in denaro dovranno essere chiaramente leggibili, all'atto di accesso, delle formule di avvertimento sul rischio di dipendenza, nonché

sulle relative probabilità di vincita. In caso di inosservanza, il concessionario rischierà una sanzione amministrativa pari a cinquantamila euro.

È da notare che alcune delle nuove disposizioni sulla pubblicità ricalcano, integrano o estendono le disposizioni di carattere autoregolamentare già dettate dal Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, dandovi efficacia di legge e presidiandole con sanzioni pecuniarie. Fra tali disposizioni va ricordato, ad esempio, il divieto previsto dall'art. 28-ter del Codice di Autodisciplina di "rivolgersi o fare riferimento, anche indiretto, ai minori, e rappresentare questi ultimi – o soggetti che appaiano evidentemente tali – intenti al gioco", che appare complementare col nuovo divieto di includere minorenni nella pubblicità di giochi con vincite in denaro.

Allo stesso modo, il divieto previsto dal Codice di Autodisciplina di "incoraggiare il gioco eccessivo o incontrollato" va messo in relazione con la nuova previsione del Decreto, all'apparenza più ampia, di "non incitare al gioco né esaltarne la pratica".

Più in generale, le nuove disposizioni vanno a integrare un quadro normativo già complesso, aggiungendosi alle regole già esistenti, tra cui si possono ricordare:

1. il divieto di pubblicità per i soggetti che non siano titolari di concessione rilasciata da AAMS, per i trasgressori del quale è previsto l'arresto fino a tre mesi e l'ammenda da 51 a 516 euro;
2. l'obbligo di comunicare preventivamente ad AAMS le iniziative e le campagne pubblicitarie di livello nazionale, organizzate dal concessionario stesso, anche al fine di consentire il necessario coordinamento con quelle previste da AAMS;
3. l'obbligo di inserire il logo istituzionale di AAMS e il logo "gioco legale e responsabile" nella comunicazione pubblicitaria;
4. il divieto di negare che il gioco possa comportare dei rischi, omettere di esplicitare le modalità e le condizioni per la fruizione degli incentivi e dei bonus; presentare e suggerire che il gioco sia un modo per risolvere problemi finanziari o personali, o costituisca una fonte di guadagno o di sostentamento alternativa al lavoro, piuttosto che una semplice forma di intrattenimento e di divertimento;
5. etc.