



DISEGNO DI LEGGE

d'iniziativa del senatore MANTERO

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 14 MAGGIO 2018

Introduzione del divieto della propaganda pubblicitaria dei giochi
con vincite in denaro

ONOREVOLI SENATORI. – Nella società italiana il gioco d'azzardo è sempre stato considerato un comportamento a rischio. Non a caso esso è vietato nel territorio nazionale, salvo deroga su concessione. I giochi a bassa latenza, cioè con breve lasso di tempo tra la giocata e l'esito (dell'ordine di minuti o secondi: giochi di carte, roulette, *slot machine*, eccetera), più pericolosi nell'indurre dipendenza, erano confinati in pochi luoghi (casinò, ippodromi, eccetera), mentre erano più diffusi e accessibili i punti di offerta di giochi di azzardo a maggiore latenza (lotterie, lotto, totocalcio, eccetera), relativamente meno pericolosi.

Dalla seconda metà degli anni Novanta le deroghe sono state tuttavia talmente numerose da fare letteralmente esplodere il gioco d'azzardo, anche per i giochi a bassa latenza, in decine di migliaia di punti di offerta. L'Italia è il primo mercato in Europa per le *videolottery*, con una diffusione *pro capite* quasi tripla rispetto agli Stati Uniti d'America. Le scommesse sportive si possono effettuare anche durante gli eventi a cui si riferiscono, in tempo reale; sono uno dei settori in massima crescita, specialmente tra i giovani e addirittura tra i giovanissimi. Va rilevato che la maggior parte dei minorenni (il 51 per cento) ha giocato d'azzardo almeno una volta nell'ultimo anno: di questi, il 6 per cento gioca quotidianamente e il 32 per cento nasconde ai genitori o minimizza le somme effettivamente spese (dati Nomisma 2015).

Un *marketing* sempre più spregiudicato e aggressivo ha spesso speculato sulla crisi economica, proponendo attraverso il gioco d'azzardo la soluzione a problemi sofferti dalle famiglie italiane e dai singoli, soprat-

tutto i giovani, che vedevano restringersi le opportunità per un progetto di vita futuro. La diffusione massiccia ha indotto un innalzamento della soglia di percezione del rischio; il *marketing* ha portato a giocare d'azzardo una quantità di persone impressionante, circa 15 milioni di giocatori abituali. Ne sono prova i dati sulla spesa, in rapidissima crescita con incrementi fino al 30 per cento annuo (2011) e le preoccupazioni già espresse nella relazione al Parlamento resa nel 2012 dal Dipartimento per le politiche antidroga della Presidenza del Consiglio dei ministri sul rischio di una vera e propria emergenza sociale.

La pubblicità ha assunto un ruolo determinante e pesantissimo e non solo per il reclutamento di nuovi giocatori. Essa promuove una visione distorta dell'individuo e dei rapporti sociali e induce la ricerca di un successo economico individuale ed egoistico, stridente con i doveri di solidarietà enunciati dagli articoli 2 e 4 della Costituzione.

Una pubblicità sempre più insistente e accattivante di siti che propongono offerte di gioco d'azzardo sta concorrendo a spostare il mercato dell'azzardo sempre più verso il gioco *online* molto più rischioso, soprattutto per i giovani e giovanissimi, e difficilmente controllabile.

Va considerato poi che il gioco d'azzardo impatta maggiormente sulle fasce con minore reddito: nelle regioni con minore reddito si ha mediamente una maggiore percentuale di spesa di gioco d'azzardo e il 56 per cento dei giocatori patologici è disoccupato. Unendo a ciò il fatto che il gioco d'azzardo si pratica per concessione statale e che lo Stato ricava da esso risorse fiscali comunque

inferiori ai costi sociali ricadenti sulla salute e sull'economia delle famiglie, si ravvisa una contraddizione implicita dei principi enunciati nell'articolo 3 della Costituzione: da un lato, è compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli che limitando di fatto la libertà e l'uguaglianza dei cittadini impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione; dall'altro, è lo stesso Stato a consentire una pratica che pone maggiori ostacoli alle fasce deboli e che impatta con conseguenze disastrose su un numero enorme di persone. Anche le stime più ottimistiche parlano di un numero di giocatori patologici tra gli 800.000 e i 900.000, pressoché il doppio dei tossicodipendenti calcolati in Italia, pur avendo situazioni cliniche e conseguenze sulla salute personale e familiare del tutto paragonabili. Si ravvisa quindi anche un contrasto con l'articolo 32 della Costituzione, in base al quale proprio lo Stato dovrebbe tutelare la salute dei cittadini e non metterla in pericolo.

È ancora paradossale che le convenzioni di concessione in vigore obblighino i concessionari a investire capitali ingenti in pubblicità. L'argomento per cui il gioco d'azzardo legale contrasterebbe quello illegale è stato chiaramente confutato dalla relazione della Commissione parlamentare di inchiesta sul fenomeno della mafia e sulle altre associazioni criminali, anche straniere della XVII legislatura che evidenzia come l'illegalità si insinui pesantemente nel gioco legale, come peraltro ha documentato l'associazione Libera stilando una casistica di infiltrazioni malavitose, pervasiva in ogni regione d'Italia.

Peraltro anche le stime sui volumi di gioco illegale sono in aumento, dimostrando con ciò che le motivazioni addotte nel di-

sporre la proliferazione dell'offerta e della pubblicità connessa erano infondate. Prova ne sia la nascita del «Manifesto dei sindaci per la legalità e contro il gioco d'azzardo», che sta raccogliendo adesioni da centinaia di amministrazioni comunali, che affronta l'illegalità e il gioco d'azzardo come fenomeni intimamente connessi.

L'aumento della raccolta di gioco, che nel 2016 è arrivato a quasi 96 miliardi di euro e per il 2017 ha superato i 100 miliardi di euro, dimostra l'assoluta inefficacia del divieto parziale della pubblicità dell'azzardo approvata nella legge di stabilità 2016 (legge 28 dicembre 2015, n. 208), in quanto questa misura riguarda solo le reti generaliste e una fascia oraria limitata.

Infine è piuttosto evidente che le sacche di illegalità che ora si scoprono nel mercato del gioco d'azzardo *online* sarebbero molto ridimensionate proibendo la pubblicità che nella rete *internet* è fondamentale per la conoscibilità dei siti.

È necessario dunque bloccare immediatamente ogni forma di pubblicità a qualsiasi gioco d'azzardo, in quanto incompatibile con i rischi che ne derivano e con il danno sociale conseguente, ma anche quale essenziale testimonianza sui reali valori perseguiti nell'ordinamento giuridico italiano.

Siamo di fronte a una situazione simile dal punto di vista concettuale a quella che decenni or sono portò alla messa al bando della pubblicità sui prodotti da tabacco.

Una misura ormai più che matura, richiesta a gran voce da comitati e associazioni (NO SLOT, SLOTMOB, Senza slot, Libera) che ora plaudono a un'azione trasversale di tutti i parlamentari, oltre le appartenenze, e congiunta tra Camera dei deputati e Senato della Repubblica.

DISEGNO DI LEGGE

Art. 1.

(Divieto di pubblicità dei giochi con vincita in denaro)

1. È vietata qualsiasi forma, diretta o indiretta, di propaganda pubblicitaria, di ogni comunicazione commerciale, di sponsorizzazione o di promozione di marchi o prodotti di giochi con vincita in denaro, offerti in reti di raccolta, sia fisiche sia *online*.

2. La violazione del divieto di cui al comma 1 è punita con la sanzione amministrativa pecuniaria da euro 50.000 a euro 500.000. La sanzione è irrogata al soggetto che commissiona la comunicazione commerciale, la pubblicità, la sponsorizzazione o la promozione, al soggetto che le effettua, nonché al proprietario del mezzo con il quale esse sono diffuse.

3. I proventi derivanti dall'applicazione delle sanzioni di cui al comma 2 del presente articolo sono destinati alla prevenzione, alla cura e alla riabilitazione delle patologie connesse alla dipendenza da gioco d'azzardo, ai sensi dell'articolo 1, comma 133, della legge 23 dicembre 2014, n. 190.

Art. 2.

(Clausola di salvaguardia finanziaria)

1. Dall'attuazione della presente legge non devono derivare nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica.