

STOP ALLE PUBBLICITA' DI GIOCHI E SCOMMESSE, MULTE SALATE PER TRASGRESSIONI

13 Luglio 2019

L'AQUILA - Da domani lo stop alla pubblicità dei giochi sarà effettivo per tutti: sarà trascorso un anno dall'entrata in vigore del Decreto Dignità, che prevedeva il divieto totale di pubblicità dei giochi, con l'esclusione della Lotteria Italia e dei contratti in corso, per al massimo un anno, e lo stop alle sponsorizzazioni dal primo gennaio 2019.

Domani, ricorda Agipronews, scadrà anche l'ultima deroga, che riguarda i contratti firmati prima del 14 luglio 2018.

Salate le sanzioni previste dalla norma e che saranno irrogate dall'Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni (Agcom): gli operatori rischiano multe pari al 20% del valore della sponsorizzazione o della pubblicità e comunque non inferiori a 50mila euro per ogni violazione.

Per evitare l'applicazione delle sanzioni, gli operatori dovranno rispettare le indicazioni dell'Agcom. Lo scorso 18 aprile, infatti, l'Authority ha approvato la delibera contenente le linee guida sul divieto di pubblicità dei giochi previsto dal Decreto Dignità: stop alle sponsorizzazioni di scommesse sulle maglie dei giocatori di calcio e a bordocampo, all'inserimento di prodotti pubblicitari legati al gioco nei programmi televisivi e nei film, vietati i gadget, l'organizzazione di eventi con premi, la pubblicità redazionale e quella, diretta e indiretta, effettuata dagli "influencer".

Sono permessi invece, i servizi di comparazione di quote, gli spazi quote nei programmi tv o web sportivi, l'esposizione delle vincite, i servizi di indicizzazione web, le comunicazioni commerciali business to business, le fiere destinate agli operatori del settore.

I proventi alimenteranno il fondo per il contrasto al gioco patologico.

Il 12 luglio 2018, il Consiglio dei Ministri approvò il Decreto Dignità che prevedeva alcune misure di contrasto alla ludopatia, tra cui il divieto di pubblicità da parte delle aziende di gioco. Il giorno seguente, il testo del decreto legge venne pubblicato in Gazzetta Ufficiale e, dal 14 luglio 2018, entrò in vigore. Da domani il divieto di pubblicità diventa effettivo per tutti.

Secondo le stime del Mef, il divieto di pubblicità dei giochi potrebbe far calare il volume della raccolta "intorno al 5%" e "potrebbe comportare una riduzione delle entrate, a regime, pari a 150 milioni di euro l'anno".

Il minor gettito nel 2019 sarebbe pari a 112 milioni, per poi andare a regime, nel 2020 e nel 2021, a meno 150 milioni.