

CAMERA DEI DEPUTATI

N. 488

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

FRANCESCO SILVESTRI, MASSIMO ENRICO BARONI

Divieto della propaganda pubblicitaria
dei giochi con vincite in denaro

Presentata il 10 aprile 2018

ONOREVOLI COLLEGHI! — Nella società italiana il gioco d'azzardo è sempre stato considerato un comportamento a rischio. Non a caso esso è vietato sul 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 ed accessibili i punti di offerta di giochi a maggiore latenza (lotterie, lotto, totocalcio, eccetera), relativamente meno pericolosi.

Dalla seconda metà degli anni novanta le deroghe sono state tuttavia talmente imponenti 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 Eu-

ropa per le *videolottery*, con una diffusione *pro capite* quasi tripla rispetto agli Stati Uniti. 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 detto che la maggior parte dei minorenni gioca d'azzardo almeno una volta nel corso di un anno: di questi, una bassa percentuale gioca quotidianamente e una percentuale più alta nasconde ai genitori o minimizza le somme effettivamente spese.

Un *marketing* sempre più spregiudicato ed aggressivo ha spesso speculato sulla crisi economica, proponendo attraverso il gioco d'azzardo la soluzione a molti problemi sofferti dalle famiglie italiane e dai singoli, soprattutto i giovani, che vedono 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 al gioco d'azzardo una quantità di persone impressionante, circa 15 milioni di giocatori abituali. Ne sono prova i dati sulla spesa, in rapidissima crescita, e le preoccupazioni che erano già state espresse nelle relazioni al Parlamento sullo stato delle tossicodipendenze in Italia predisposte dal Dipartimento politiche antidroga della Presidenza del Consiglio dei ministri sin dal 2012 sul rischio di una vera e propria emergenza sociale.

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

Va considerato, poi, che il gioco d'azzardo impatta maggiormente sulle fasce con minor reddito: nelle regioni con minor reddito si ha mediamente una percentuale maggiore di spesa per gioco d'azzardo; oltre il 50 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'eguaglianza 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, 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 era stato già chiaramente confutato dalla relazione della Commissione parlamentare di inchiesta sul fenomeno della mafia della XVI legislatura, che evidenziava come l'illegalità si insinuasse pesantemente nel gioco legale, come aveva documentato anche l'associazione Libera raccogliendo 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 per giustificare l'aumento dell'offerta e della pubblicità connessa erano infondate. Prova ne sia la nascita del « Manifesto dei sindaci per la legalità contro il gioco d'azzardo », che ha raccolto adesioni da centinaia di amministrazioni comunali e che affronta l'illegalità e il gioco d'azzardo come fenomeni intimamente connessi.

Infine, è piuttosto evidente che le sacche di illegalità che scopriamo nel mercato del gioco d'azzardo *on line* 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 livello di 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 portarono 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, Slot mob, Senza slot, Libera*) che ora plaudono a un'azione trasversale di tutti i parlamentari, oltre le appartenenze, e congiunta tra Camera e Senato.

PROPOSTA DI LEGGE

—

ART. 1.

(Divieto di pubblicità per i giochi con vincite in denaro).

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

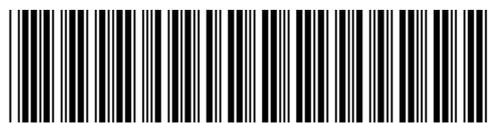
2. La violazione del divieto di cui al comma 1 è punita con la sanzione amministrativa da euro 50.000 a euro 500.000. La sanzione è irrogata al soggetto che commissiona la comunicazione commerciale, la pubblicità, la sponsorizzazione o la promozione, al soggetto che le effettua, nonché al proprietario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

3. I proventi derivanti dall'applicazione delle sanzioni di cui al comma 2 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.



18PDL0008200