

**Spettabile  
AAMS  
Direzione Generale  
Piazza Mastai, 11  
00153 R O M A**

**Spettabile  
Agenzia delle Dogane e  
dei Monopoli  
Via Mario Carucci, 71  
00143 R O M A**

**Oggetto: segnalazione**

Egregio Direttore,

per l'eventuale applicazione di quanto previsto dal comma 6 dell'articolo 7 della legge 189/2012, trasmetto copia della denuncia inviata all'AGCM in data 8 gennaio 2013 e recapitata il successivo 9 gennaio.

Nella denuncia sono specificati i profili di ingannevolezza della pubblicità del gioco "dieci e lotto" trasmessa da reti televisive nazionali in base ai quali è stata effettuata la segnalazione all'AGCM, che appaiono rilevanti anche ai sensi delle disposizioni della legge 189/2012.

Come noto, infatti, il comma 4 dell'articolo 7 della legge 189/2012 vieta *"i messaggi pubblicitari concernenti il gioco con vincite in denaro nel corso di trasmissioni televisive ... nei quali si evidenzia ... c) assenza di formule di avvertimento sul rischio di dipendenza dalla pratica del gioco..."*.

Il successivo comma 6 della richiamata legge punisce il committente del messaggio pubblicitario privo delle formule di avvertimento (ex comma 4) e il proprietario del mezzo con cui lo stesso è trasmesso.

Si ritiene che la formulazione del messaggio pubblicitario del gioco "dieci e lotto" denunciata all'AGCM per i profili di ingannevolezza che presenta, ai fini che qui rilevano equivalga, quoad effectum, alla mancanza di avvertimenti, puniti dalla legge 189/2012, integrando anzi una fattispecie ancora più grave.

La formula utilizzata nel corso della pubblicità televisiva del gioco "10 e lotto" "GIOCARTE TROPPO PUO' CAUSARE DIPENDENZA PATOLOGICA" non sembra rispettare il disposto normativo in materia per la pubblicità: contenere "formule di avvertimento sul rischio dipendenza dalla pratica del gioco".

Il messaggio così come formulato equivale a eludere e comunque non osservare l'esigenza posta dalla norma, cioè informare i giocatori in modo chiaro e inequivoco del rischio per la salute derivante dalla "pratica del gioco", non già del troppo gioco.

Il messaggio contiene un elemento ultroneo e ambiguo rappresentato dall'aggettivo "troppo" che di fatto lo svuota completamente della sua efficacia di allarme che per la legge deve possedere. La formulazione del messaggio integra, quindi, la violazione prevista dal comma quarto, punto c) del comma 7 della legge 189/2012.

Nei termini in cui è formulato il messaggio ottiene l'effetto di far "abbassare la guardia" a chi si avvicina al gioco, che è esattamente l'effetto contrario che la norma affida ad esso. Sottolineando come solo un eccesso di gioco ("giocare troppo") possa avere la conseguenza di causare dipendenza porta a svalutare il rischio "da gioco" per la salute, affidando tra l'altro al giocatore la difficile autovalutazione circa il significato concreto da assegnare a all'aggettivo "troppo".

L'intento elusivo della norma appare di tutta evidenza ove si consideri l'assoluta chiarezza con la quale la stessa è formulata degli obblighi e dei divieti che pone.

La pubblicità del gioco deve contenere "Formule di avvertimento sul rischio di dipendenza dalla pratica di giochi con vincite in denaro" (art. 7, comma 5, legge 189/2012) e quindi il semplice monito che la pratica di giochi con vincite in denaro può causare dipendenza.

Come segnalato nella denuncia inviata all'AGCM, il "troppo gioco", inoltre, rappresenta già una modalità patologica nella pratica del gioco. Quindi non "può causare" dipendenza patologica, ma ne rappresenta già la modalità più significativa ed evidente.

Né può obiettarsi che la formulazione del messaggio pubblicitario così come trasmesso non integri "l'assenza di formule di avvertimento" richiesta dalla legge per l'imposizione della sanzione, intendendo la norma come di stretta interpretazione.

Anzitutto perché, come sopra brevemente significato, la formulazione del messaggio pubblicitario raggiunge effetti opposti a quelli richiesti dalla legge, integrando una fattispecie ben più grave della semplice assenza di qualsiasi avvertimento.

In questo caso, infatti, la formulazione del messaggio porta a sottovalutare il rischio per la salute correlato al gioco d'azzardo, legandolo all'eccesso che invece, come detto, rappresenta già un sintomo patologico.

Inoltre perché, ove si dovesse accettare tale premessa si aprirebbe la strada ad ogni abuso, rendendo del tutto vana la previsione normativa positiva.

Qualsiasi messaggio che contenesse generiche formule relative al rischio per la salute da gioco d'azzardo, anche se formulate, come il caso di specie, in maniera tale da ottenere l'effetto contrario a quello voluto dalla norma, potrebbe far ritenere osservato l'obbligo posto dalla stessa.

Il dettato legislativo in materia appare di chiarissima evidenza: i messaggi pubblicitari dei giochi con vincite in denaro devono contenere formule che avvisino i giocatori che la pratica del gioco può comportare il rischio di contrarre dipendenza.

Qualsiasi pubblicità che non rispetti questo chiarissimo disposto, sia perché manchino formule ad hoc per evidenziare il rischio, sia perché, pur essendoci, non sono idonee a avvertire i destinatari del messaggio dell'esistenza e della consistenza del rischio, deve essere vietata e al committente della pubblicità e al proprietario del mezzo con cui viene trasmessa deve essere irrogata la sanzione prevista.

Alla luce di quanto qui esposto e in base ai contenuti della segnalazione inviata all'AGCM, allegata alla presente, si segnala a codesta Amministrazione la pubblicità del gioco "dieci e lotto" trasmessa su reti televisive nazionali, per l'eventuale applicazione della sanzione prevista dall'articolo 7, comma 6, della legge 189/2012, a seguito della violazione del disposto del comma 4 del medesimo articolo.

Con i migliori saluti.

data

firma