



DISEGNO DI LEGGE

d’iniziativa dei senatori ENDRIZZI, CRIMI, MARTON, MONTEVECCHI, COTTI, MORRA, MARTELLI, MANGILI, SANTANGELO, DONNO, GIARRUSSO, LEZZI, PAGLINI, CASTALDI, MORONESE, NUGNES, GAETTI, BERTOROTTA, TAVERNA, CATALFO, FATTORI, BULGARELLI, SCIBONA, CIAMPOLILLO, GIROTTO, LUCIDI e AIROLA

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 27 LUGLIO 2015

Introduzione del divieto di pubblicità per i 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 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*, ecc), più pericolosi nell'indurre dipendenza, erano confinati in pochi luoghi (casinò, ippodromi...), mentre erano più diffusi ed accessibili i punti di offerta di azzardo a maggior latenza (lotterie, lotto, totocalcio, ecc), 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 Europa 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 (51 per cento) ha giocato d'azzardo almeno una volta nell'ultimo anno: di questi, il 6 per cento gioca quotidianamente ed il 32 per cento nasconde ai genitori o minimizza le somme effettivamente spese (dati Nomisma 2015).

Un *marketing* sempre più spregiudicato ed aggressivo ha spesso speculato sulla crisi economica, proponendo attraverso l'azzardo la soluzione a problemi sofferti dalle famiglie italiane e dai singoli, soprattutto i giovani, che vedevano restringersi le opportu-

nità per un progetto di vita futuro. La diffusione massiccia ha indotto un innalzamento della soglia di percezione del rischio; il *marketing* ha portato ad azzardare 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 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. 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 a minor reddito: nelle regioni con minor reddito si ha mediamente una maggior percentuale di spesa di gioco d'azzardo; il 56 per cento dei giocatori patologici è disoccupato. Unendo a ciò il fatto che l'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'ef-

fettiva 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 l'azzardo legale contrasterebbe quello illegale è stato chiaramente confutato dalla relazione della Commissione parlamentare di inchiesta sul fenomeno della mafia della precedente legislatura che evidenzia come l'illegalità si insinui pesantemente nel gioco legale, come peraltro ha documentato l'associazione Libera raccogliendo una casistica di infiltrazioni malavittose, 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 disporre la proliferazione 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 sta raccogliendo adesioni da centinaia di amministrazioni comunali, che affronta l'illegalità ed il gioco d'azzardo come fenomeni intimamente connessi.

Infine è piuttosto evidente che le sacche di illegalità che veniamo ora a scoprire nel mercato dell'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 ad 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 (NoSlot, SlotMob, SenzaSlot, Libera) che ora plaudono ad una azione trasversale a tutti i parlamentari, oltre le appartenenze, e congiunta tra Camera e Senato.

DISEGNO 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 ogni 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 ad 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)

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