

La comunicazione dei giochi tra Stato e Autodisciplina

Il Decreto Balduzzi, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 13 settembre 2012, dettando le regole per i messaggi pubblicitari concernenti il gioco con vincite in denaro, ha risvegliato un grande interesse sull'argomento. Ai sensi del decreto, questi messaggi sono vietati durante le trasmissioni televisive o radiofoniche, le rappresentazioni teatrali o cinematografiche rivolte prevalentemente ai giovani (e può essere difficile capire esattamente quando una trasmissione sia "prevalentemente" diretta ad un pubblico giovane e se per "giovane" si debba intendere "minore di età"). E', inoltre, proibita, a prescindere dal pubblico di riferimento, la diffusione di messaggi su tutti i mezzi, compreso internet, che incitino al gioco o ne esaltino la pratica. Interdetti sono gli annunci, qualora ci si trovi "in presenza di minori" (anche questa espressione è abbastanza fumosa, dal momento che davvero pochi sono i mezzi per i quali si può essere certi di escludere la "presenza di minori"). Il Decreto Balduzzi, poi, introduce l'obbligatorietà di formule di avvertimento sul rischio di dipendenza dalla pratica del gioco. Viene inserito anche il dovere di segnalare la possibilità di consultazione delle note informative sulla probabilità di vincita pubblicate su alcuni siti istituzionali o disponibili presso i punti di raccolta dei giochi. Simili formule di avvertimento sono previste anche sulle schedine e sui tagliandi dei giochi, oltre che sugli apparecchi, nelle sale in cui sono installati i videotermini, nei punti vendita, nonché nelle pagine di accesso dei siti internet destinati all'offerta di giochi con vincite in denaro.

L' art. 28^{ter} del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale ha introdotto una regolamentazione della pubblicità dei giochi con vincita in denaro, affine a quella prevista per le bevande alcoliche. Si deve evitare di incoraggiare il gioco eccessivo o incontrollato, non negandone i relativi rischi. Non si deve lasciar intendere che il gioco sia un modo per risolvere problemi finanziari o personali, o possa costituire una fonte di reddito alternativa al lavoro. E' vietato indurre a ritenere che l'esperienza, la competenza o l'abilità del giocatore possano permettere di ridurre o eliminare l'incertezza della vincita o consentano di vincere sistematicamente. Non ci si deve rivolgere o fare riferimento, anche indiretto, ai minori, e rappresentare questi ultimi intenti al gioco, così come non si devono utilizzare disegni e personaggi che, per essere legati al loro mondo, abbiano sui minori una forza suggestiva. Non è consentito indurre a ritenere che il gioco contribuisca ad accrescere la propria autostima e il proprio successo o rappresentare l'astensione dal gioco come un valore negativo. E' proibito creare confusione tra la facilità del gioco e la facilità della vincita e fare riferimento a servizi di credito al consumo immediatamente utilizzabili a fini ludici. Nelle comunicazioni commerciali riguardanti i giochi con vincita in denaro deve essere dato chiaro avvertimento del divieto ai minori di 18 anni.

Ho letto anche che è stato presentato in questi giorni da Confindustria Sistema Gioco Italia e IAP il nuovo Codice di Autodisciplina della comunicazione in materia di giochi con vincita in denaro, condiviso dagli operatori del settore, allo scopo di promuovere forme di gioco sicuro, legale e responsabile.

Il discorso sulla regolamentazione della pubblicità del gioco merita senz'altro un approfondimento, che rimando ad altra occasione. La cosa che rilevo, allo stato, è una grande quantità di normative, emanate nell'arco di un tempo relativamente breve, in un settore che, fino ad oggi, è stato poco regolato e comunque lo è stato solo genericamente. Si tende ad una maggiore consapevolezza del giocatore, e questo è senz'altro condivisibile. Bisogna vedere, però, quale sarà in pratica la funzione regolatrice del comparto e quali ne saranno le conseguenze, anche in considerazione che i veri soggetti deboli (i c.d. ludopatici) più facilmente si rinvergono tra gli adulti disperati, piuttosto che tra i minori.

Fiammetta Malagoli