

Azzardo, Forum Famiglie e Alea: “AGCOM ancora non ci siamo: le nuove linee guida non tutelano ancora adeguatamente salute, famiglie e consumatori”

“In questi mesi abbiamo vigilato affinché l'AGCOM non ripettesse la scorrettezza del 2019, quando il suo regolamento aprì di fatto la strada alla pubblicità delle scommesse, arrivando a mettere in discussione l'applicazione della legge dello Stato sul divieto assoluto di pubblicità del gioco d'azzardo. Raccogliamo perciò con soddisfazione la nota del 29 giugno del **ministro dell'Economia e delle Finanze, Giancarlo Giorgetti**, con la quale ha chiesto all'AGCOM di garantire la piena e integrale applicazione del divieto di pubblicità.

Da parte nostra, dopo essere intervenuti nella fase di consultazione con un documento e attraverso un'audizione presso l'Autorità, prendiamo atto delle modifiche introdotte dalle Linee guida appena rese note nella giornata di ieri, ma esprimiamo una **valutazione complessivamente critica**. La disciplina prospettata continua infatti a concentrare la prevenzione soprattutto sul comportamento individuale del giocatore, lasciando sullo sfondo la **responsabilità dei concessionari, i danni prodotti alle famiglie e la necessità di un controllo realmente indipendente delle campagne di comunicazione**.

Va riconosciuto che è stato opportunamente fissato il principio secondo cui una comunicazione sul cosiddetto “gioco responsabile” deve essere valutata in relazione ai suoi effetti concreti, considerando contenuto, forma, contesto, frequenza, utilizzo del marchio e possibili richiami all'offerta commerciale. È un principio sul quale abbiamo fortemente insistito, chiedendo di impedire la beffa delle pseudo “pubblicità progresso” sull'azzardo che invece lo incentivano: messaggi formalmente presentati come strumenti di prevenzione che producono attraverso immagini, suoni, linguaggi o ambientazioni, un effetto di **normalizzazione o attrazione verso il gioco d'azzardo**.

Tuttavia, le Linee guida continuano a riferire la tutela prevalentemente al solo giocatore e alla sua capacità di autolimitazione. Non viene riconosciuto in modo esplicito il ruolo dei familiari e dei terzi danneggiati e non vengono introdotte avvertenze obbligatorie sui danni economici, familiari e relazionali provocati dalla dipendenza da azzardo. La dipendenza da azzardo ha effetti economici, relazionali, sociali ed educativi per intere famiglie. AGCOM ha così eluso una nostra precisa richiesta: fare in modo che la comunicazione preventiva si rivolga anche alla **cerchia familiare e sociale della persona che gioca d'azzardo**, nell'ambito di un autentico messaggio di prevenzione sanitaria, rendendo visibili le conseguenze della dipendenza e, soprattutto, le concrete possibilità di aiuto.

Lascia interdetti poi il persistere di una refrattarietà al principio che più volte abbiamo preteso venisse rispettato: **la tutela della salute non può essere delegata ai privati**. Riteniamo infatti particolarmente significativa il nodo relativo alla rappresentazione dei danni correlati al gioco d'azzardo. La delibera AGCOM richiama, a questo proposito, un documento elaborato da un ente di certificazione industriale, anziché prevedere – come sarebbe necessario in una materia che riguarda direttamente la salute pubblica – un riferimento istituzionale del Ministero della Salute. **È molto grave che il Ministero della salute continui a rimanere in una posizione di inerzia** e tutto ciò non può in alcun modo giustificare lo spostamento delle questioni sanitarie dalla **sfera pubblica a quella privata**.

Avevamo inoltre insistito affinché fossero definiti **precisi limiti di responsabilità giuridica per l'intero sistema** che organizza, rende disponibile, comunica e trae ricavi dal gioco d'azzardo. Una richiesta che abbiamo avanzato e che è stata condivisa anche dalle Associazioni dei Consumatori e che non ha trovato alcun riscontro.

Il giudizio complessivo sulla delibera rimane pertanto prevalentemente critico, pur riconoscendo alcuni elementi positivi: dalle correzioni terminologiche, con l'abbandono del termine improprio e ormai superato “**ludopatia**”, ad alcuni dispositivi che rendono più difficile utilizzare bonus, immagini di vincita, marchi e altri strumenti comunicativi come veicoli di pubblicità surrettizia. Permangono ancora alcune criticità. Ad esempio, i “**bonus**” continuano a essere ammessi senza l'obbligo di chiarire al consumatore che si tratta di strumenti “**figurativi**” o “**virtuali**”.

Alea e Forum Nazionale delle Associazioni Familiari continueranno quindi a sollecitare le istituzioni affinché vengano adottati strumenti realmente efficaci per la tutela della salute pubblica, delle famiglie e dei consumatori. È una responsabilità che non può essere rinviata, tanto più in una fase nella quale l'offerta industriale di gioco d'azzardo continua a registrare incrementi a due cifre, mentre crescono i costi sociali ed economici per le famiglie, aumenta lo sconcerto dell'opinione pubblica e il Parlamento rimane silente. **La prevenzione non può limitarsi a chiedere al giocatore di controllarsi. Deve intervenire sulle responsabilità di chi il gioco lo produce, lo promuove, lo rende disponibile e ne trae profitto”.**

Questa la dichiarazione congiunta di Adriano Bordinon, Presidente Forum Nazionale delle Associazioni Familiari e di Maurizio Fiasco, Past-President ALEA Associazione per lo studio del gioco d'azzardo e dei comportamenti a rischio, a seguito delle nuove linee guida AGCOM sulla pubblicità per scommesse e azzardo.

11 agosto 2026