



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
Servizio Ispettivo, Registro e Corecom
Ufficio Rapporti con i Corecom

Al Presidente del Coordinamento Italiano dei Co.re.com.

Dott. Filippo Lucci

presidente.corecom@crabruzzo.it

Ai coordinatori del Tavolo Tecnico dei Dirigenti Co.re.com.

Dott. Rosario Carnevale

Dott. Francesco Ciavattone

rosario.carnevale@pec.consrc.it

corecomvda@legalmail.it

Oggetto: Monitoraggio sulla diffusione di pubblicità dei giochi con vincita in denaro sull'emittenza privata locale.

Pregiatissimi,

si fa riferimento alle competenze dell'Autorità nel settore della pubblicità del gioco a pagamento ai sensi dall'articolo 1, commi 937-940, della legge 28 dicembre 2015, n. 208 (legge di stabilità per il 2016). In particolare, il legislatore, al fine di intervenire sul crescente e preoccupante fenomeno della ludopatia, ha previsto testualmente al citato comma 937 dell'articolo 1 della legge n. 208/2015: “ (...) *per contrastare l'esercizio abusivo dell'attività di gioco o scommessa e per garantire ai consumatori, ai giocatori e ai minori un elevato livello di tutela, inteso a salvaguardare la salute e a ridurre al minimo gli eventuali danni economici che possono derivare da un gioco compulsivo o eccessivo, la propaganda pubblicitaria audiovisiva di marchi o prodotti di giochi con vincite in denaro è effettuata tenendo conto dei principi previsti dalla raccomandazione 2014/478/UE della Commissione, del 14 luglio 2014. Con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze da adottare, di concerto con il Ministro della salute, sentita l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, entro centoventi giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono individuati i criteri per l'attuazione della citata raccomandazione*”. I commi successivi declinano ulteriormente e con maggior dettaglio la tematica della pubblicità dei giochi con vincita in denaro.

La norma, tuttavia, pone una serie di problematiche interpretative che nello specifico investono l'esatta delimitazione dell'ambito applicativo delle nuove regole, con particolare

riferimento al settore online e il versante del coordinamento con gli altri soggetti istituzionali cui la legge attribuisce competenze in materia.

Ed invero, il comma 939 dell'articolo 1 in esame, vieta la pubblicità dei giochi con vincita in denaro nelle trasmissioni radiofoniche e televisive generaliste, nel rispetto dei principi sanciti in sede europea, dalle 7 alle 22 di ogni giorno. È, altresì, precisato *che* “Sono esclusi dal divieto di cui al presente comma, i media specializzati individuati con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze, di concerto con il Ministro dello sviluppo economico, nonché le lotterie nazionali a estrazione differita. Sono altresì escluse le forme di comunicazione indiretta derivanti dalle sponsorizzazioni nei settori della cultura, della ricerca, dello sport, nonché nei settori della sanità e dell'assistenza”.

Con la presente, si pone particolare rilievo al contenuto del decreto attuativo adottato di concerto dal Ministero dello sviluppo economico con il Ministero dell'economia e finanze in attuazione del richiamato comma 939 (decreto adottato in data 19 luglio 2016, recante la “Individuazione dei media specializzati ai fini della pubblicità di giochi con vincite in denaro”).

Tale decreto all'articolo 2 ha chiarito che per media specializzati devono intendersi:

“1) i canali televisivi digitali terrestri appartenenti alle tipologie di programmazione tematica di cui all'art. 32, comma 2, lettera c), del Tusmar, come definiti dal piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre di competenza dell'Agcom;

2) i canali televisivi diffusi su reti di comunicazione elettronica diverse da quelle digitali terrestri;

3) i canali televisivi a pagamento diffusi su qualsiasi rete di comunicazione elettronica (inclusi servizi on demand e pay per view);

4) i canali diffusi dalle emittenti televisive locali;

5) i canali radiofonici nazionali e locali.

Ai sensi dell'art. 3, si specifica, inoltre, che in nessun caso possono essere considerati “media specializzati” i canali televisivi o radiofonici, diffusi mediante qualsiasi rete di comunicazione elettronica, indirizzati in via esclusiva o prevalente ad un pubblico di minori.

Pur nella consapevolezza che il citato Decreto ha incluso nella nozione di media specializzati le emittenti locali, il Consiglio dell'Autorità, nella riunione del 5 ottobre u.s. ha manifestato l'esigenza di acquisire, per il tramite dei Comitati regionali, dati specifici per approfondire e analizzare il rilevante fenomeno della ludopatia. A questo specifico fine, ha richiesto di acquisire il dato (quantitativo e qualitativo) circa la presenza della pubblicità del gioco a pagamento sull'emittenza locale.

Pertanto, lo scrivente Servizio Ispettivo, Registro, Co.re.com., chiede cortesemente che ciascun Co.re.com proceda all'effettuazione di una verifica campionaria sui palinsesti diffusi dalle emittenti locali soggette alla propria vigilanza in un periodo determinato, con l'identificazione delle fasce orarie di programmazione e della frequenza (indici quantitativi) con cui tali spot vengono trasmessi.

Si chiede, pertanto, alla S.V. di dare ampia diffusione all'esigenza descritta, invitando i Co.re.com ad effettuare, ove possibile, detta rilevazione nell'arco di un periodo temporale

congruo (preferibilmente un mese), sulla scorta di modalità concordate e condivise, al fine di assicurare una rilevazione omogenea i cui risultati siano comparabili.

Si ringrazia per la cortese collaborazione e si coglie l'occasione per inviare cordiali saluti.

Il Direttore

Ivana Nasti