

Roma, 20 dicembre 2012

**Agli Uffici Centrali e periferici – Area Monopoli
e, p.c.
Al Signor Direttore dell’Agenzia
Al Comando Generale della Guardia di finanza**

L o r o s e d i

Oggetto: Art. 7 del decreto-legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito dalla legge 8 novembre 2012, n. 189 – prescrizioni ai fini della prevenzione dei fenomeni di gioco compulsivo – prime indicazioni.

1. PREMESSA

L’art. 7 del decreto legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, ha definito un nuovo perimetro entro il quale le attività di comunicazione in materia di gioco possono essere esercitate in Italia, nonché talune altre specifiche prescrizioni, ai fini di una adeguata prevenzione dei fenomeni di gioco compulsivo (la c.d. “ludopatia”).

Tali norme, in vigore dal 1° gennaio 2013, richiedono, al fine di una efficace attuazione, la definizione di un processo che coinvolga tutti gli attori della filiera del gioco, al fine di assicurare il raggiungimento dei risultati che da tale disciplina si attendono in termini di massimo contenimento dei predetti fenomeni patologici.

Il menzionato processo richiede, in specie, molteplici iniziative alla cui definizione si provvederà, con ogni consentita urgenza, nei prossimi mesi.

Nelle more, si forniscono alcune prime indicazioni essenziali per rendere omogenee le azioni volte ad attuare, nell’immediato, la nuova normativa in parola.

Al riguardo va premesso che la materia è stata già per alcuni ambiti regolata dalle circolari AAMS del 27 febbraio 2009 e del 9 luglio 2009.

Con la prima circolare l’Amministrazione, in qualità di garante del gioco legale e responsabile, ha voluto perseguire l’obiettivo di incentivare sia la responsabilità e la consapevolezza nei

comportamenti dei giocatori, che l'ampia diffusione di informazioni volte a tutelare i minori dai rischi derivanti dal gioco.

E' stata inoltre chiesta ai Concessionari una ampia e fattiva collaborazione con l'Amministrazione per quel che riguarda una sempre più vigile attenzione circa la qualità ed i contenuti dei messaggi promozionali, mirata a veicolare il concetto di legalità e finalizzata a disincentivare qualsiasi manifestazione di gioco eccessivo e/o patologico. Sempre nella menzionata circolare è stata prevista la condivisione, con i soggetti interessati alla comunicazione del gioco, di scelte ed iniziative tra loro omogenee e coerenti con gli obiettivi di legalità, correttezza e trasparenza, pur nel rispetto degli interessi coinvolti.

Con la circolare del 9 luglio 2009 è stata poi ribadita l'importanza e la necessità di condividere con l'Amministrazione ogni iniziativa promozionale relativa ad offerte di gioco, per consentire una omogeneità di intenti nelle varie campagne pubblicitarie proposte, ma soprattutto per anteporre la tutela dell'interesse pubblico a quello economico.

2. PUBBLICITÀ IN MATERIA DI GIOCHI PUBBLICI E FORMULE DI AVVERTIMENTO

2.1 L'articolo 7 del decreto legge n. 158 del 2012 reca disposizioni volte a definire misure di prevenzione per contrastare la ludopatia e l'accesso al gioco da parte di categorie di soggetti vulnerabili.

In particolare, al comma 4 è sancito il **divieto di**:

a) rilascio di messaggi pubblicitari relativi ai giochi con vincita in denaro nel corso di trasmissioni televisive, radiofoniche, di rappresentazioni teatrali o cinematografiche rivolte ai minori e nei trenta minuti antecedenti e successivi alla trasmissione delle stesse;

b) pubblicità, in qualsiasi forma, sulla stampa quotidiana e periodica destinata ai minori e nelle sale cinematografiche in occasione della proiezione di film destinati alla visione dei minori;

c) qualsiasi messaggio pubblicitario relativo a giochi con vincite in denaro su giornali, riviste, pubblicazioni, durante trasmissioni televisive e radiofoniche, rappresentazioni cinematografiche e teatrali, nonché via internet, nel quale si evidenzia anche uno solo dei seguenti elementi:

i. incitamento al gioco o esaltazione della sua pratica;

ii. presenza di minori;

iii. assenza di formule di avvertimento sul rischio di dipendenza dalla pratica del gioco, nonché dell'indicazione della possibilità di consultazione di note informative sulle probabilità di vincita, pubblicate sui siti istituzionali dell'Amministrazione e dei singoli concessionari ovvero disponibili presso i punti di raccolta dei giochi.

Il comma 4-*bis* dello stesso art. 7 sancisce, inoltre, che "la pubblicità dei giochi che prevedono vincite in denaro deve riportare in modo chiaramente visibile la percentuale di probabilità di vincita che il soggetto ha nel singolo gioco pubblicizzato. Qualora la stessa percentuale non sia definibile, è indicata la percentuale storica per giochi similari".

2.2 Al contempo, il comma 5 prevede che sulle schedine di gioco ovvero sui tagliandi di vincita siano apposte **formule di avvertimento** sul rischio di dipendenza dalla pratica di giochi con vincita in denaro ed indicate le relative probabilità di vincita.

Se le dimensioni delle schedine ovvero dei tagliandi non consentono di apporre le formule di avvertimento e di indicare le probabilità di vincita, le schedine ed i tagliandi devono contenere l'indicazione della possibilità di consultare note informative sulle probabilità di vincita pubblicate sui siti istituzionali dell'Amministrazione e dei concessionari e disponibili presso i punti di raccolta dei giochi.

Le medesime formule di avvertimento devono essere applicate sugli apparecchi di cui all'articolo 110, comma 6, lett. a) del TULPS, ovvero riportate su apposite targhe esposte nelle aree, sale, locali, nei quali siano installati gli apparecchi di cui all'articolo 110, comma 6, lett. b), del TULPS e nei punti vendita in cui si esercita come attività principale l'offerta di scommesse, ovvero comparire ed essere chiaramente leggibili all'atto di accesso ai siti internet destinati all'offerta di giochi con vincita in denaro. A tal fine, dovrà essere previsto un riquadro appositamente dedicato, collocato in testa alla "home page", di altezza non inferiore a 60 pixel.

- 2.3 Il comma 6, in caso di inosservanza di quanto previsto dal comma 4, prevede a carico sia del committente del messaggio pubblicitario sia del proprietario del mezzo con cui il messaggio è diffuso la sanzione amministrativa pecuniaria da centomila a cinquecentomila euro; in caso di inosservanza di quanto previsto dal comma 5, il concessionario è punibile con la sanzione amministrativa pecuniaria pari a cinquantamila euro, mentre la medesima sanzione si applica, nel caso di violazioni relative agli apparecchi di cui all'articolo 110, comma 6, lett. a) e b), al solo soggetto titolare della sala o del punto di raccolta del gioco e nel caso di violazioni nei punti di vendita in cui si esercita come attività principale l'offerta di scommesse al titolare del punto di vendita, se diverso dal concessionario.

L'attività di contestazione degli illeciti e di irrogazione delle sanzioni è di competenza dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli, che vi provvede ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689.

3. CONTENUTI DELLE FORMULE DI AVVERTIMENTO

- 3.1. Al fine di delineare prime istruzioni agli Uffici dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli – Area Monopoli, ed ai concessionari per l'esercizio di giochi pubblici, si precisa che i messaggi pubblicitari concernenti il gioco con vincite in denaro pubblicati sui giornali, riviste, pubblicazioni, durante trasmissioni televisive o radiofoniche, rappresentazioni cinematografiche e teatrali, nonché via internet devono contenere:
- a) il riferimento alla denominazione sociale del Concessionario la cui offerta di giochi è pubblicizzata tramite il messaggio pubblicitario e al numero di concessione sui giochi rilasciata detenuto dallo stesso;
 - b) messaggi di avvertimento relativi:
 - i) al divieto del gioco per i minori e l'indicazione del logo 18+;
 - ii) al rischio di dipendenza dalla pratica del gioco, mediante un messaggio sintetico e chiaro che evidenzia la possibilità che il gioco determini dipendenza patologica (ad es. *"il gioco può causare dipendenza patologica"*);
 - iii) all'indicazione della possibilità di consultazione di note informative sulle probabilità di vincita e/o sulla percentuale della raccolta destinata a montepremi tramite un riferimento alla disponibilità delle stesse sul sito del Concessionario e sul sito dell'Agenzia delle dogane e dei Monopoli – Area Monopoli, ovvero disponibili presso i punti di raccolta dei giochi;

c) i seguenti loghi, attualmente in uso:



Per quanto riguarda, in specie, la pubblicità su giornali, periodici e *similia*, la formula di avvertimento dovrà essere definita con *lay-out* idoneo rispetto al resto del messaggio pubblicitario, in linea con quanto già viene effettuato per la specifica indicazione del divieto di gioco per i minori di anni diciotto.

Per quanto attiene alle comunicazioni pubblicitarie via internet, con particolare riguardo alle modalità di gioco a distanza, la formula di avvertimento dovrà essere immediatamente visibile prima di ogni altra informazione attinente all'esercizio di gioco sui siti web di offerta dei giochi, e relative forme di affiliazione.

- 3.2 Come ricordato, le disposizioni in commento impongono di indicare nel messaggio pubblicitario la possibilità di consultazione di note informative sulle probabilità di vincita pubblicate sui siti istituzionali dell'Amministrazione, nonché dei singoli concessionari.

Tali dati devono essere altresì disponibili, stante il tenore del comma 5, presso i punti di raccolta dei giochi pubblici. È necessario, in particolare, che nel messaggio pubblicitario sia indicato che è possibile (e fortemente consigliato) consultare le informazioni relative a ciascun gioco ed alle sue probabilità di vincita disponibili presso i punti di raccolta dei giochi. Ciò impone che i predetti punti di raccolta vengano tempestivamente riforniti di adeguato materiale informativo.

Le note informative pubblicate sui siti dei concessionari, così come quelle messe a disposizione dell'utenza presso i punti di raccolta, saranno coordinate con quelle rese disponibili sul sito istituzionale dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli – Area Monopoli.

- 3.3 A norma del comma 4-*bis*, alla indicazione del messaggio di avvertimento concernente la possibilità di consultazione di note informative sulle probabilità di vincita, dovrebbe aggiungersi quella della percentuale di probabilità di vincita che il soggetto ha nel singolo gioco pubblicizzato e, qualora la stessa percentuale non sia definibile, la percentuale storica per giochi similari.

La necessaria presenza di entrambe le indicazioni si palesa, tuttavia, contraddittoria.

Quella prevista dal comma 4 (rinvio alle note informative), infatti, pare tener conto delle oggettive difficoltà di condensare in un messaggio pubblicitario le probabilità di vincita che, in ogni caso, richiedono una descrizione particolarmente articolata.

Proprio in relazione alle dette, oggettive difficoltà si ritiene che possa valere il criterio previsto per i dati da riportare sulle schedine e sui tagliandi (di cui si dirà *infra*), e dunque che qualora l'entità dei dati sulla probabilità di vincita o sulle percentuali storiche sia di entità tale da non poter essere condensata nel messaggio pubblicitario, quest'ultimo deve recare la, più volte citata, indicazione della possibilità di consultazione nei siti e presso i punti di raccolta del gioco.

In caso di violazione della disposizione di cui al comma 4-*bis* è previsto in ogni caso l'obbligo per il soggetto proponente di ripetere la stessa pubblicità secondo modalità, mezzi utilizzati e quantità di annunci identici alla campagna pubblicitaria originaria, indicando nella stessa i requisiti previsti da tutto l'articolo 7, nonché il fatto che la pubblicità è ripetuta per violazione della normativa di riferimento.

4. SCHEDINE E TAGLIANDI

- 4.1 Il comma 5 dell'articolo 7, come già ricordato, sancisce che:
- a) *“formule di avvertimento sul rischio di dipendenza dalla pratica di giochi con vincite in denaro”*;
 - b) *“nonché le relative probabilità di vincita”*
- devono altresì figurare:
- sulle schedine
 - ovvero sui tagliandi di tali giochi.

La norma, peraltro, stabilisce che *“qualora l'entità dei dati da riportare sia tale da non potere essere contenuta nelle dimensioni delle schedine ovvero dei tagliandi, questi ultimi devono recare l'indicazione della possibilità di consultazione di note informative sulle probabilità di vincita pubblicate sui siti istituzionali ... dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli, nonché dei singoli concessionari e disponibili presso i punti di raccolta dei giochi”*.

- 4.2. Il comma 5 prevede, altresì, che le *“medesime formule di avvertimento devono essere applicate”*:
- a) sugli apparecchi di cui all'articolo 110, comma 6, lettera a), del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza, di cui al regio decreto 18 giugno 1931, n. 773 (c.d. AWP);
 - b) su apposite targhe esposte nelle aree ovvero nelle sale in cui sono installati i videoterminali di cui all'articolo 110, comma 6, lettera b), del predetto testo unico (c.d. VLT);
 - c) nei punti di vendita in cui si esercita come attività principale l'offerta di scommesse su eventi sportivi, anche ippici, e non sportivi.

Tali formule devono anche *“comparire ed essere chiaramente leggibili all'atto di accesso ai siti internet destinati all'offerta di giochi con vincite in denaro”*.

- 4.3. Le formule di avvertimento di cui al punto 3.1, lettera b) , ivi comprese quelle relative alle probabilità di vincita (o il rinvio ai siti internet e ai punti di raccolta), devono essere chiaramente leggibili e proporzionate rispetto alle schedine ed ai tagliandi su cui vengono apposte e possono essere indicate sul fronte o sul retro dei detti supporti cartacei.
- 4.4. Relativamente all'individuazione dei citati supporti, si ritiene che la norma faccia riferimento sia ai documenti che certificano l'avvenuta giocata, sia ai tagliandi o schedine propedeutiche alla giocata medesima, anche se facoltativi (ad esempio, biglietti di lotterie differite o istantanee, schedine di “pregioco” del lotto e dell'Enalotto, scontrini delle giocate, e così via).

Per le lotterie (istantanee o differite), gli obblighi previsti dalle disposizioni in esame avranno naturalmente effetto a partire da quelle indette a far corso dal 1° gennaio 2013, così come per eventuali ristampe di tagliandi di lotterie in corso commissionate dopo tale data.

- 4.5. Per il gioco del Bingo, considerato che le cartelle sono fornite dall'Amministrazione e che le stesse costituiscono titolo che certifica l'avvenuto versamento del tributo, saranno utilizzate quelle già stampate, fino ad esaurimento delle scorte già in possesso degli Uffici o attualmente in consegna.
- 4.6. Il gioco mediante apparecchi da divertimento od intrattenimento (AWP e VLT) non prevede il rilascio di schedine o tagliandi. Pertanto, ai fini del rispetto della normativa in parola è sufficiente che le medesime formule di avvertimento siano applicate, in modo ben visibile, su ciascun apparecchio AWP e nelle aree, ovvero nelle sale in cui sono installati i videoterminali (VLT).

I cartelli esposti nelle citate aree devono avere dimensioni ed essere in numero tale da poter risultare facilmente visibili alla generalità dei giocatori.

- 4.7. Come già detto, gli avvisi di cui sopra, con le medesime caratteristiche dimensionali e di numerosità, devono essere apposti anche nei punti di vendita in cui si esercita come attività principale l'offerta di scommesse su eventi sportivi, anche ippici, e non sportivi.

Considerata la valenza fortemente innovativa delle disposizioni in commento, gli Uffici terranno conto, in sede di controllo, della tempistica tecnica necessaria, con riferimento alle diverse tipologie di gioco, per il completo adeguamento al nuovo quadro normativo.

Il Vice direttore dell'Agenzia
Luigi Magistro

