

Allegato A alla Delibera n. 234/26/CONS

**PROPOSTA DI MODIFICA DEL § 7 (ESCLUSIONI) DELLE LINEE GUIDA
DI CUI ALL'ALLEGATO A ALLA DELIBERA N. 132/19/CONS**

§ 7. Esclusioni

(omissis) [...]

— l'utilizzo del marchio che identifichi, oltre ai servizi giochi con vincite in denaro o d'azzardo, ulteriori attività, aventi carattere autonomo, purché non sussistano ambiguità circa l'oggetto della promozione e in questa non compaiano elementi evocativi del gioco fatta eccezione per la mera denominazione del fornitore. L'esclusione opera esclusivamente ove ricorrano cumulativamente le condizioni di cui ai commi 2 e 3, fermo quanto previsto al comma 4 ai fini della verifica di cui al comma 5.

[...] (omissis)

2. (Autonomia effettiva dell'attività ulteriore). Ai fini del comma 1, quinto alinea, l'attività ulteriore si considera avente carattere autonomo quando:

- a) è effettivamente e stabilmente esercitata, in modo continuativo, abituale e non occasionale, con dotazione organizzativa, risorse e processi produttivi autonomi, e non si risolve in una funzione accessoria, strumentale o di acquisizione di traffico rispetto all'offerta di gioco;
- b) è contraddistinta da un marchio specifico, registrato per classi merceologiche non connesse ai prodotti e servizi di gioco con vincita in denaro;
- c) quando consiste nella fornitura di servizi di informazione o di contenuti editoriali, è esercitata da soggetto iscritto al Registro degli operatori di comunicazione, ove ne ricorrano i presupposti ai sensi della delibera n. 666/08/CONS e s.m.i., ed è caratterizzata dalla presenza di un direttore responsabile individuato, una redazione identificabile, una periodicità effettiva e verificabile degli aggiornamenti e contenuti originali. Il soggetto che dichiara, in qualsiasi forma, che il sito o il servizio non costituisce testata giornalistica in quanto privo di periodicità non può invocare l'esclusione;
- d) non veicola, in alcuna sezione o funzionalità, collegamenti ipertestuali, reindirizzamenti, banner, codici promozionali, credenziali di accesso condivise, sistemi di registrazione o di conto unico, manifestazioni a premio o altre modalità che consentano o agevolino l'accesso

all'offerta di gioco del medesimo soggetto o di soggetti appartenenti al medesimo gruppo, né le iniziative in materia di gioco responsabile di cui all'articolo 15, commi 2 e 3, del decreto legislativo 25 marzo 2024, n. 41.

3. (Limiti editoriali e di rappresentazione). Nella comunicazione relativa all'attività ulteriore:

- a) il marchio è riprodotto nella declinazione propria dell'attività ulteriore; non possono essere riprodotti il lettering, la gamma cromatica, il payoff, il simbolo figurativo o gli altri elementi di identità visiva propri del marchio di gioco;
- b) ove il segno condivida elementi denominativi con il marchio di gioco, la componente distintiva dell'attività ulteriore è resa con caratteri di dimensione, peso e contrasto cromatico non inferiori a quelli della componente coincidente, e non può essere collocata in posizione grafica subordinata;
- c) la comunicazione identifica in modo esplicito il bene o il servizio oggetto di promozione; la mera esposizione del segno, non accompagnata dall'indicazione dell'attività ulteriore promossa, non rientra nell'esclusione;
- d) non possono comparire quote, pronostici, jackpot, bonus, schedine, interfacce o meccanismi premiali, né altri elementi riconducibili all'esperienza di gioco;
- e) non possono comparire il numero identificativo della concessione, il marchio istituzionale dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli, le avvertenze sui rischi del gioco o altri elementi la cui apposizione è prescritta per le comunicazioni relative all'offerta di gioco; la loro presenza costituisce indice della riconducibilità del messaggio all'attività di gioco.

4. (Valutazione rafforzata in ragione del mezzo). — Ai fini della verifica di cui al comma 5, l'Autorità valuta con particolare rigore le comunicazioni veicolate mediante sponsorizzazioni, cartellonistica, sistemi luminosi (LED) o altri mezzi collocati in contesti sportivi, in ragione dell'elevata contiguità di tali mezzi con l'offerta di gioco e del conseguente rischio che l'utilizzo del marchio, pur riferito ad attività aventi carattere autonomo, realizzi comunque un aggancio pubblicitario. La medesima cautela si applica ai servizi di posizionamento a pagamento attivati su parole chiave riferite a giochi, scommesse o ai marchi di operatori di gioco, nonché sulle pagine di siti dedicati all'offerta, al confronto o alla recensione di servizi di gioco.

5. (Clausola di chiusura e verifica). L'esclusione non opera in ogni caso quando, alla luce di una valutazione complessiva del messaggio, del mezzo, del contesto di diffusione e del pubblico raggiunto — tenuto conto, tra l'altro, degli elementi di cautela rafforzata di cui al comma 4 — la comunicazione realizza un aggancio pubblicitario all'offerta di gioco. Ai fini della verifica delle condizioni di cui ai commi 2 e 3, l'Autorità può richiedere al soggetto interessato la

documentazione relativa alla titolarità e alla registrazione dei marchi, all'assetto organizzativo e alle modalità di esercizio dell'attività ulteriore, ai flussi di traffico e ai rapporti economici intercorrenti con l'attività di gioco.