



CONSIGLIO NAZIONALE DEGLI UTENTI

Co

municato stampa

**L'iniziativa del Consiglio Nazionale degli Utenti  
contro la pubblicità televisiva del gioco d'azzardo**

Dopo l'abolizione delle norme introdotte dal decreto Balduzzi in materia di distanze delle sale giochi da luoghi sensibili come scuole e ospedali, e nel preoccupante "silenzio" del Ministero competente e dell'intero Governo, la crescita del gioco d'azzardo sembra non avere più limitazioni. Da tempo impegnato nella sensibilizzazione dell'opinione pubblica, degli operatori dell'informazione e degli editori televisivi, il Consiglio Nazionale degli Utenti rilancia con forza l'impegno ad arginare la cultura del gioco d'azzardo, proibendo la messa in onda degli spot televisivi e radiofonici di casinò on line nelle fasce orarie di maggiore ascolto dalle 7 alle 22. Un modo per cercare di innescare un "effetto traino" che dalla televisione si allarghi agli altri media, creando maggiore consapevolezza su quello che oggi possiamo ormai definire un vero e proprio, grave e preoccupante, fenomeno sociale.

Malgrado le proteste di associazioni di telespettatori, consumatori, di famiglie, di amministratori statali, comunali e di cittadini, e l'iniziativa del quotidiano "Avvenire", il business del gioco d'azzardo continua a crescere, soprattutto là dove è meno controllabile, cioè in internet. Complice la pubblicità che, grazie a spot ambigui e ammiccanti e a testimonial famosi, incoraggia la cultura dei cosiddetti "giochi di fortuna". Dai Monopoli di Stato arrivano cifre allarmanti dietro cui si celano storie di famiglie indebitate, di adulti e ragazzi affetti da ludopatia, di usura e criminalità. Dallo scorso anno si gioca infatti molto di più soprattutto in rete, + 19,8% rispetto al 2011, con un boom dell'azzardo on line- soprattutto poker e casinò- che registrano un notevole incremento, passando dai 2 miliardi incassati nel 2011 ai 42 di quest'anno. Le slot di ultima generazione, come le Video Lottery terminals- Vlt, grazie alla pubblicità e ad un maggiore appeal tecnologico, rappresentano un business in crescita, che oggi tocca i 51 miliardi di euro, mentre i giochi più popolari, come il Superenalotto e il Lotto, sono in calo di circa cinque miliardi.

Il quadro d'insieme sta ad indicare come stia crescendo in modo sempre più evidente il gioco d'azzardo rispetto a quelli cosiddetti "di fortuna". I tornei di carte e le puntate ai casinò tecnologici (italiani e stranieri) sono in grado di far circolare quantità difficilmente quantificabili di denaro, secondo modalità di vincita (o molto più spesso di perdita) apparentemente "virtuali", ma capaci di portare un giocatore alla bancarotta.

La pericolosità del fenomeno tocca sensibilmente le fasce deboli della popolazione ed in particolare i minori facilmente attratti dalle vincite facili. Per alcuni di loro il gioco assorbe in modo compulsivo tempo ed energie da dedicare allo studio, alla famiglia, allo sport e alle relazioni sociali. Mentre oggi le ludopatie stanno diventando un problema sociale per molti ragazzi, il CNU rilancia la proposta di legge "Norme per l'eliminazione della pubblicità dalla Televisione dei messaggi promozionali, delle sponsorizzazioni e degli spot aventi ad oggetto il *Gambling* nelle fasce protette per la tutela dei minori" presentata lo scorso anno, per eliminare la pubblicità di giochi d'azzardo on line dalle fasce orarie televisive protette e di massimo ascolto. Una proposta normativa che, a partire dal mezzo televisivo, si propone di evitare che internet e altri sistemi tecnologicamente avanzati diventino canali privilegiati per attività solo apparentemente ludiche, ma in realtà a rischio di dipendenza.

18 settembre 2012