



## **Il Consiglio Nazionale degli Utenti contro gli spot televisivi che fanno pubblicità al video-poker e agli altri giochi di azzardo**

Troppi spot pubblicitari di giochi di azzardo nelle pubblicità televisive a diffusione nazionale a tutte le ore del giorno e della notte.

Il Consiglio nazionale degli utenti, organismo istituito presso l'Agcom e presieduto da Luca Borgomeo, esprime viva preoccupazione per l'eccessiva pubblicità dei giochi di fortuna anche on line, che sta diffondendo in Italia una tipologia di consumi ed un negativo ed un diseducativo uso del tempo libero per i giovani e i minori che spesso cadono nella sindrome di comportamenti di tipo ossessivo- compulsivo.

Seguendo il miraggio della vincita facile, milioni di italiani – in tempi di grave crisi economica e di contrazione anche di consumi essenziali – hanno speso nel 2010, per i giochi, oltre 61 miliardi di euro e nel 2011 si stima che supereranno gli 80 miliardi.

Quella che si può definire “economia dei giochi” è un mercato che, se non favorisce anche il riciclaggio del denaro sporco, alimenta se stesso. Oltre ai “gratta e vinci” e a tutte le forme di lotto, esso comprende le corse dei cavalli e dei cani, le scommesse sportive, le slot machine, le roulette virtuali, il poker on line. Con un trend opposto a quello dell'impoverimento della popolazione, è aumentata la pubblicità nei mass media (spot, al cinema e in tv, banner, link, inserzione sui giornali e cartelloni stradali casinò on line gestiti da aziende private).

Malgrado i giochi del casinò on line siano stati legalizzati in Italia il 18 luglio scorso, insieme al poker in modalità cash game, il CNU denuncia l'eccesso di pubblicità, veicolata da testimonial famosi, che propone come vincente un comportamento basato su disvalori profondamente diseducativi per i minori e ad alto rischio economico per i ceti più deboli.

Pertanto il Consiglio Nazionale degli Utenti sollecita il nuovo Governo a sostenere l'impegno - già espresso con un disegno di legge, con proposte di leggi regionali e già adottato da molti Paesi europei – di equiparare la pubblicità dei giochi di azzardo a quella del fumo, ormai bandita, anche in forma indiretta, da tutti i mass media per la riconosciuta pericolosità sociale per i cittadini.

Il gioco, legale o illegale – conclude il Consiglio nazionale degli utenti – coinvolge milioni di persone, per molte delle quali determina una vera e propria patologia e finisce per alimentare anche la criminalità organizzata e l'usura per debiti di gioco.

Roma, 22 novembre 2011

