

DELIBERA N. 51/24/CONS

**ARCHIVIAZIONE DEL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI
DELLA ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE LOCALE SOCIAL CLUB PER
LA VIOLAZIONE DELLA DISPOSIZIONE NORMATIVA CONTENUTA
NELL'ART. 9 DEL DECRETO-LEGGE 12 LUGLIO 2018, N. 87 CONVERTITO
CON LEGGE 9 AGOSTO 2018, N. 96 (CD. DECRETO DIGNITÀ).**

(CONT. 10/23/DSDI – PROC. 26/LS)

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 21 febbraio 2024;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante “*Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità*”;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*”;

VISTO il decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87, recante “*Disposizioni urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese*”, convertito, con modificazioni, dalla legge 9 agosto 2018, n. 96 (di seguito, anche “*Decreto dignità*”);

VISTO, in particolare, l’art. 9 del Decreto dignità, il quale sancisce che “*Ai fini del rafforzamento della tutela del consumatore e per un più efficace contrasto del disturbo da gioco d'azzardo, fermo restando quanto previsto dall'art. 7, commi 4 e 5, del decreto legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, e in conformità ai divieti contenuti nell'art. 1, commi da 937 a 940, della legge 28 dicembre 2015, n. 208, a decorrere dalla data di entrata in vigore del presente decreto è vietata qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta, relativa a giochi o scommesse con vincite di denaro nonché' al gioco d'azzardo, comunque effettuata e su qualunque mezzo, incluse le manifestazioni sportive, culturali o artistiche, le trasmissioni televisive o radiofoniche, la stampa quotidiana e periodica, le pubblicazioni in genere, le affissioni e i canali informatici, digitali e telematici, compresi i social media. Dal 1° gennaio 2019 il divieto di cui al presente comma si applica anche alle sponsorizzazioni di eventi, attività, manifestazioni, programmi, prodotti o servizi e a tutte le altre forme di comunicazione di contenuto promozionale, comprese le citazioni visive e acustiche e la sovraimpressione del nome, marchio, simboli, attività o prodotti la cui pubblicità, ai sensi del presente articolo, è vietata. Sono esclusi dal divieto di cui al presente*

comma le lotterie nazionali a estrazione differita di cui all'art. 21, comma 6, del decreto-legge 1° luglio 2009, n. 78, convertito, con modificazioni, dalla legge 3 agosto 2009, n. 102, le manifestazioni di sorte locali di cui all'art. 13 del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 2001, n. 430, e i loghi sul gioco sicuro e responsabile dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli”;

VISTO, altresì, il successivo comma 2 del medesimo articolo 9 del Decreto dignità, ai sensi del quale: *“l'inosservanza delle disposizioni di cui al comma 1, comporta a carico del committente, del proprietario del mezzo o del sito di diffusione o di destinazione e dell'organizzatore della manifestazione, evento o attività, ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689, l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria di importo pari al 20 per cento del valore della sponsorizzazione o della pubblicità e in ogni caso non inferiore, per ogni violazione, a euro 50.000”;*

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689, recante *“Modifiche al sistema penale”;*

VISTA la legge 7 agosto 1990, n. 241, recante *“Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi”;*

VISTA la delibera n. 132/19/CONS, del 19 aprile 2019, recante *“Linee guida sulle modalità attuative dell'art. 9 del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87, recante “Disposizioni urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese”, convertito con modificazioni dalla legge 9 agosto 2018, n. 96” (di seguito “Linee Guida”);*

VISTA la delibera n. 410/14/CONS, del 29 luglio 2014 e, in particolare, l'Allegato A, recante *“Testo del regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni”* (di seguito, *“Regolamento”*), come modificato, da ultimo, dalla Delibera n. 286/23/CONS, dell'8 novembre 2023 e l'allegato 1 in calce al Regolamento stesso recante *“Rateizzazioni delle sanzioni amministrative pecuniarie – Istruzioni per gli Operatori”;*

VISTA la delibera n. 265/15/CONS, del 28 aprile 2015, recante *“Linee guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni”;*

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante *“Adozione del nuovo regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità”*, come modificata, da ultimo, dalla delibera n.434/22/CONS;

VISTA la relazione dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli, Ufficio dei Monopoli per la Calabria acquisita in data 29 marzo 2023 (prot. n. 0087053);

VISTO l'atto di contestazione n. 10/23/DSDI – PROC. 26/LS del 12 giugno 2023, notificato in data 15 giugno 2023 mediante servizio postale con raccomandata A/R,

risultata inesitata, e conseguente rinotifica attraverso Guardia di Finanza in data 26 settembre 2023, con il quale è stata accertata la sussistenza di una condotta rilevante per l'avvio di un procedimento sanzionatorio e contestata alla ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE LOCALE SOCIAL CLUB (di seguito, "Associazione") la presunta violazione della disposizione normativa contenuta nell'art. 9 del Decreto dignità;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto, attività preistruttoria e contestazione

In data 29 marzo 2023 (prot. n. 0087053) l'Agenzia delle dogane e dei monopoli, Ufficio dei Monopoli per la Calabria (di seguito "ADM") ha trasmesso all'Autorità la documentazione con la quale si segnalava una condotta rilevante per l'avvio di un procedimento sanzionatorio per la presunta violazione del divieto sancito dall'art. 9 del decreto dignità da parte del signor Servidio Adriano, legale rappresentante della ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE LOCALE SOCIAL CLUB avente sede in Via dell'Agricoltura 12, 87012, Castrovillari (CS).

Dalla già menzionata relazione della ADM (prot. ADM. UMCS. REGISTRO UFFICIALE. 0007071.17-03-2023-I) emerge la completa ricostruzione dei fatti. In particolare, nel corso delle ordinarie attività di controllo sul territorio, i funzionari di ADM, unitamente ai militari della GDF della Compagnia di Castrovillari, hanno riscontrato in data 16 marzo 2023, che il soggetto effettuava pubblicità a giochi o scommesse con vincite di denaro, attraverso vetrofania pubblicitaria apposta sulla vetrata dell'ingresso del locale sottoposto a verifica. I funzionari, unitamente ai militari della GDF, rilevavano la presenza di una insegna esterna, affissa alla vetrata adiacente la porta di ingresso riprodotte il marchio del concessionario "STARMATCH" con elencazione di una serie di tipologie di gioco tra cui "*scommesse sportive, lotto, dieci e lotto, bingo, gratta e vinci, ippica on line, poker, casino live, skill game, betexchange*" in cui risultava presente un chiaro invito al gioco attraverso la seguente formulazione "*Apri qui il tuo conto gioco*".

In esito all'attività preistruttoria svolta, in data 11 settembre 2023 (prot. n. 0228178), è stato notificato l'atto di contestazione n. 10/23/DSDI- procedimento n. 26/LS alla ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE LOCALE SOCIAL CLUB, con sede in Via dell'Agricoltura 12, 87012, Castrovillari (CS), e al suo legale rappresentante sig. Servidio Adriano quale soggetto titolare dell'Associazione, per la presunta violazione dell'articolo 9 del decreto legge n. 87 del 2018, convertito con modificazioni dalla legge 9 agosto 2018, n. 96, per la diffusione di una pubblicità di giochi con vincite in denaro.

2. Deduzioni difensive e informazioni fornite dalla Associazione

La ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE LOCALE SOCIAL CLUB, a seguito della ricezione dell'atto di contestazione n. 10/23/DSDI, non ha fatto pervenire proprie memorie difensive.

3. Risultanze istruttorie e valutazioni dell'Autorità

In via preliminare, appare utile richiamare sinteticamente il quadro normativo di riferimento in materia di divieto di pubblicità di giochi con vincita in denaro.

L'articolo 9 del decreto dignità prescrive che *“Ai fini del rafforzamento della tutela del consumatore e per un più efficace contrasto del disturbo da gioco d'azzardo [...] è vietata qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta, relativa a giochi o scommesse con vincite di denaro nonché al gioco d'azzardo, comunque effettuata e su qualunque mezzo, incluse le manifestazioni sportive, culturali o artistiche, le trasmissioni televisive o radiofoniche, la stampa quotidiana e periodica, le pubblicazioni in genere, le affissioni e i canali informatici, digitali e telematici, compresi i social media [...]”*.

La norma, quindi, si pone come obiettivo generale il contrasto al fenomeno della ludopatia introducendo, a tal fine, un divieto assoluto di diffusione su qualunque piattaforma trasmissiva di *“qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta”* afferente a giochi con vincite in denaro *“comunque effettuata e su qualunque mezzo, incluse le manifestazioni sportive, culturali o artistiche, le trasmissioni televisive o radiofoniche, la stampa quotidiana e periodica, le pubblicazioni in genere, le affissioni e canali informatici, digitali e telematici, compresi i social media”*.

Il successivo comma 2 del richiamato articolo individua i soggetti responsabili della violazione e, segnatamente: (1) *“committente”*, (2.1) *“proprietario del mezzo o del sito di diffusione”*, (2.2) *“proprietario del mezzo o del sito di destinazione”* e (3) *“organizzatore della manifestazione, evento o attività”*.

Quanto all'ambito oggettivo, la normativa in parola riguarda sia la pubblicità diretta che quella indiretta in qualunque modo effettuate e su qualunque mezzo realizzata.

Con la delibera n. 132/19/CONS, sono state adottate delle specifiche Linee Guida con le quali l'Autorità ha inteso, entro la cornice primaria di riferimento, fornire principi e regole di carattere generale che consentissero agli operatori del settore di avere un orientamento per la corretta interpretazione dell'articolo 9, del decreto dignità.

In particolare, nella delibera di approvazione delle linee guida si chiarisce che *“Le mere comunicazioni che mantengono un'esclusiva finalità descrittiva, informativa ed identificativa dell'offerta di gioco legale, funzionale a consentire una scelta di gioco consapevole, e dunque in linea con l'obiettivo di tutela del consumatore enunciato nell'art. 9 del decreto n. 87/18 e con un'interpretazione sistematica della disciplina dell'offerta di gioco a pagamento che l'ordinamento fa oggetto di specifico regime concessorio ed assoggetta a precisi obblighi informativi, vanno considerate escluse dal divieto; al fine di determinare la natura informativa o promozionale della comunicazione concernente l'offerta di servizi di gioco risultano decisivi: le modalità di confezionamento del messaggio (es. linguaggio utilizzato, elementi grafici o acustici, contesto di diffusione, etc.) e il contesto in cui viene offerto il relativo servizio.”* (enfasi aggiunta).



Nelle suddette linee guida viene chiarito inoltre che è vietata la pubblicità di scommesse e giochi con vincite in denaro da intendersi come “ogni forma di comunicazione diffusa dietro pagamento o altro compenso, ovvero a fini di autopromozione, allo scopo di promuovere la fornitura, dietro pagamento, di beni o di servizi, al fine di indurre il destinatario ad acquistare il prodotto o servizio offerto (c.d. call to action)” (par. 3.1, lett. c, enfasi aggiunta).

Le linee guida prevedono che configura pubblicità indiretta “ogni forma di comunicazione diffusa dietro pagamento o altro compenso, ovvero a fini di autopromozione, allo scopo di promuovere la fornitura, dietro pagamento, di beni o di servizi, a prescindere all’esplicita induzione del destinatario ad acquistare il prodotto o servizio offerto” (art. 3, lettera d) (enfasi aggiunta).

Le medesime linee guida (art. 2, paragrafo 5) ritengono decisive, per determinare la natura informativa o meno della comunicazione, le modalità di confezionamento del messaggio (es. linguaggio utilizzato, elementi grafici e acustici, contesto di diffusione).

Le stesse, all’art. 5, par. 8, chiariscono che “Il logo o il riferimento a servizi di gioco presenti sulle vetrofanie degli esercizi che offrono gioco a pagamento, nonché la mera esposizione delle vincite realizzate presso un punto vendita che offre servizi di gioco sono consentiti solo se effettuati con modalità, anche grafiche e dimensionali, tali da non configurare una forma di induzione al gioco a pagamento” (enfasi aggiunta).

La *ratio* che deve guidare l’applicazione delle medesime e, dunque, la valutazione rispetto alla sussistenza del divieto di pubblicità del gioco o scommesse con vincite in denaro è quella di maggior protezione per il consumatore.

Per quel che concerne il *quantum*, la norma ancora l’ammontare della sanzione al valore della pubblicità/sponsorizzazione (“di importo pari al 20 per cento del valore della sponsorizzazione o della pubblicità”) fissando tuttavia una soglia (“e in ogni caso non inferiore, per ogni violazione, a euro 50.000”). L’articolo 9, dunque, non introduce alcun elemento di discrezionalità nell’applicazione della soglia di importo pari a euro 50.000. Nel fissare l’apparato sanzionatorio, la norma fa espresso riferimento alla legge n. 689/81.

Come sopra evidenziato, la Associazione di promozione locale non ha presentato memorie difensive e non ha effettuato alcuna richiesta di audizione ai sensi del Regolamento.

In esito all’istruttoria svolta e tenuto conto della documentazione agli atti, si ritiene che non ricorra nel caso di specie una fattispecie violativa. In particolare, occorre rilevare che, come nel caso di specie, la vetrofania oggetto di contestazione risulta affissa alla vetrata adiacente la porta di ingresso del locale di gioco - e, dunque - non in area pertinenziale al locale, ma nell’immediatezza dell’entrata – e ha dimensioni contenute, e apparentemente idonee a raggiungere esclusivamente gli avventori prossimi all’ingresso del locale e come tali non immediatamente percepibili dalla strada pubblica più prossima. Nel caso in esame, appare prevalente la valenza informativa, con riferimento alle modalità di accesso al gioco.

Tanto premesso, avuto riguardo alle modalità, anche grafiche e dimensionali, della comunicazione effettuata, alla collocazione, nonché al contenuto della stessa, si ritiene che prevalga la finalità informativa.

RITENUTO, pertanto, di disporre l'archiviazione del procedimento avviato con l'atto contestazione n. 10/23/DSDI – Proc. 26/LS in quanto, alla luce delle risultanze istruttorie, non risulta integrata la violazione dell'art. 9 del Decreto dignità;

UDITA la relazione del Commissario Massimiliano Capitanio relatore ai sensi dell'art. 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità*;

DELIBERA

l'archiviazione del procedimento avviato nei confronti della ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE LOCALE SOCIAL CLUB, avente sede in Via dell'Agricoltura 12, 87012, Castrovillari (CS) per le ragioni di cui in premessa.

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla notifica dello stesso.

La presente delibera è notificata alla Associazione di promozione locale e pubblicata sul sito *web* dell'Autorità.

Napoli, 21 febbraio 2024

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Massimiliano Capitanio

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba