



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

DELIBERA N. 579/18/CONS

**QUESTIONARIO 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
(C.D. DECRETO DIGNITÀ)**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione del Consiglio del 29 novembre 2018;

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*” e, in particolare, l'art. 1, comma 6, *lett. b)*, nn. 3 e 4-*bis*, e l'art. 1, comma 6, *lett. c)*, n. 2;

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*”;

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante il “*Codice delle comunicazioni elettroniche*”;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante il “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”;

VISTO il decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, recante “*Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico*”;

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 (c.d. decreto dignità);

VISTA la delibera n. 680/13/CONS, del 12 dicembre 2013, recante “*Regolamento in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica e procedure attuative ai sensi del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70*”;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

VISTO il regolamento allegato alla delibera n. 581/15/CONS, del 16 ottobre 2015, recante il “*Testo del regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni*”;

VISTA la Risoluzione del Parlamento europeo del 10 settembre 2013 sul gioco d'azzardo *online* nel mercato interno (2012/2322(INI));

VISTA la Raccomandazione della Commissione 2014/478/UE, del 14 luglio 2014, sui principi per la tutela dei consumatori e degli utenti dei servizi di gioco d'azzardo *online* e per la prevenzione dell'accesso dei minori ai giochi d'azzardo on line;

VISTO il decreto-legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189 (c.d. decreto Balduzzi);

VISTA la legge 28 dicembre 2015, n. 208 (c.d. legge di stabilità per il 2016), in particolare l'art. 1, commi 937, 938 e 939;

VISTO, in particolare, l'art. 9 del decreto dignità il quale dispone che “1. *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'articolo 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'articolo 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'articolo 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'articolo 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. 1-bis. Nelle leggi e negli altri atti normativi nonché negli atti e nelle comunicazioni comunque effettuate su qualunque mezzo, i disturbi correlati a giochi o scommesse con vincite di denaro sono definiti "disturbi da gioco d'azzardo (DGA)". 1-ter. All'articolo 7, comma 4-bis, del decreto-legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, è aggiunto, in fine, il seguente periodo: "Per le lotterie istantanee indette*



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

dal 1° gennaio 2019 o ristampate da tale data, i premi eguali o inferiori al costo della giocata non sono compresi nelle indicazioni sulla probabilità di vincita". 2. Fatto salvo quanto previsto dall'articolo 7, comma 6, del decreto-legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, 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. 3. L'Autorità competente alla contestazione e all'irrogazione delle sanzioni di cui al presente articolo è l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che vi provvede ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689. 4. I proventi delle sanzioni amministrative per le violazioni di cui al comma 1, compresi quelli derivanti da pagamento in misura ridotta ai sensi dell'articolo 16 della legge 24 novembre 1981, n. 689, sono versati ad apposito capitolo dell'entrata del bilancio statale e riassegnati allo stato di previsione della spesa del Ministero della salute per essere destinati al fondo per il contrasto al gioco d'azzardo patologico di cui all'articolo 1, comma 946, della legge 28 dicembre 2015, n. 208. 5. Ai contratti di pubblicità in corso di esecuzione alla data di entrata in vigore del presente decreto resta applicabile, fino alla loro scadenza e comunque per non oltre un anno dalla data di entrata in vigore del presente decreto, la normativa vigente anteriormente alla medesima data di entrata in vigore. 6. La misura del prelievo erariale unico sugli apparecchi di cui all'articolo 110, comma 6, lettera a) e lettera b), del testo unico di cui al regio decreto 18 giugno 1931, n. 773, è fissata, rispettivamente, nel 19,6 per cento e nel 6,65 per cento a decorrere dal 1° maggio 2019, nel 19,68 per cento e nel 6,68 per cento a decorrere dal 1° gennaio 2020, nel 19,75 per cento e nel 6,75 per cento a decorrere dal 1° gennaio 2021 e nel 19,6 per cento e nel 6,6 per cento a decorrere dal 1° gennaio 2023. 6-bis. Entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del presente decreto, il Governo propone una riforma complessiva in materia di giochi pubblici in modo da assicurare l'eliminazione dei rischi connessi al disturbo da gioco d'azzardo e contrastare il gioco illegale e le frodi a danno dell'erario, e comunque tale da garantire almeno l'invarianza delle corrispondenti entrate, ivi comprese le maggiori entrate derivanti dal comma 6. 7. Agli oneri derivanti dal comma 1, pari a 147 milioni di euro per l'anno 2019 e a 198 milioni di euro ((annui)) a decorrere dall'anno 2020, si provvede mediante quota parte delle maggiori entrate di cui al comma 6";

CONSIDERATE, pertanto:

- la finalità perseguita dal legislatore di porre in essere una più efficace azione di contrasto al crescente fenomeno della ludopatia;
- la necessità di garantire l'applicazione della norma tenendo conto delle previgenti discipline in materia di pubblicità di giochi a pagamento;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

- la necessità, in particolare, di delineare più dettagliatamente l'ambito di intervento dell'Autorità anche in ragione delle esigenze di certezza giuridica degli operatori del settore che esercitano l'attività in regime di concessione;

CONSIDERATO che, oltre a quanto già esposto, si deve tener conto dell'elemento di novità rappresentato dal fatto che per la prima volta l'Autorità è chiamata ad esercitare i poteri di vigilanza e sanzionatori di cui all'art. 9 del decreto dignità;

RITENUTO, pertanto, di acquisire ogni utile elemento di informazione e valutazione sulle modalità attuative della norma in esame procedendo preliminarmente alla somministrazione di un questionario per acquisire elementi utili ad una più chiara ed efficace perimetrazione delle attività dell'Autorità nei nuovi ambiti ad essa assegnati.

RITENUTO congruo il termine di dieci giorni entro il quale i soggetti interessati possono far pervenire le proprie risposte al questionario;

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

DELIBERA

Art. 1

1. È avviato il procedimento per l'acquisizione di ogni utile elemento di informazione e valutazione sulle modalità attuative del Decreto dignità da parte dell'Autorità.
2. Entro 10 giorni dalla pubblicazione della presente delibera sul sito *web* dell'Autorità, in conformità alle modalità di cui all'allegato A alla medesima, i soggetti interessati sono invitati a far pervenire all'Autorità le risposte al questionario di cui all'allegato B alla presente delibera.
3. L'allegato A e l'allegato B costituiscono parte integrante della presente delibera.
4. Il termine di conclusione del procedimento è di 45 giorni dalla data di pubblicazione del presente provvedimento sul sito *web* dell'Autorità.

Napoli, 29 novembre 2018

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE
Antonio Nicita

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Riccardo Capecci



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Allegato A
alla delibera n. 579/18/CONS del 29 novembre 2018

MODALITÀ DI RISCONTRO AL QUESTIONARIO

L'Autorità ha elaborato un questionario da sottoporre ai soggetti interessati al fine di acquisire ogni utile elemento di informazione e valutazione in merito all'attuazione da parte dell'Autorità 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 (c.d. decreto dignità)

In particolare, l'Autorità invita le parti interessate a far pervenire le proprie risposte e osservazioni al questionario di cui all'allegato B alla delibera n. 579/18/CONS entro e non oltre il termine di dieci giorni dalla data di pubblicazione della suddetta delibera sul sito *internet* dell'Autorità.

Le relative comunicazioni dovranno recare la dicitura «Questionario per l'acquisizione di ogni utile elemento di informazione e valutazione *sulle modalità attuative del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87, recante "Disposizioni urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese", convertito con modificazioni dalla l. 9 agosto 2018, n. 96 (c.d. decreto dignità)*», nonché l'indicazione della denominazione del soggetto rispondente e dovranno essere inviate, tramite posta elettronica certificata (PEC) all'indirizzo: agcom@cert.agcom.it, oppure, tramite raccomandata con avviso di ricevimento, corriere o raccomandata a mano, al seguente indirizzo:

Autorità per le garanzie nelle comunicazioni - Direzione contenuti audiovisivi
Via Isonzo 21/b - 00198 Roma

Si precisa che la trasmissione in formato elettronico tramite PEC al suindicato indirizzo è sostitutivo dell'invio del documento cartaceo con le modalità suesposte. È richiesto, altresì, l'invio in formato *word* al seguente indirizzo e-mail: dca@agcom.it.

Le risposte inviate dai soggetti che aderiranno al questionario non precostituiscono alcun titolo, condizione o vincolo rispetto ad eventuali, successive decisioni dell'Autorità.

I soggetti interessati possono chiedere, con apposita istanza contenuta nel documento di risposta al questionario, di illustrare nel corso di un'audizione le proprie osservazioni. Nella medesima istanza dovrà essere indicato un referente e un contatto telefonico o di posta elettronica per l'inoltro di eventuali successive comunicazioni. Le modalità di svolgimento dell'audizione, che potrà se del caso essere svolta in forma collettiva a discrezione dell'Autorità, verranno comunicate nell'atto di convocazione.

I soggetti rispondenti dovranno allegare alla documentazione fornita la dichiarazione di cui all'art. 3 del Regolamento in materia di accesso agli atti, approvato con delibera n. 383/17/CONS, contenente l'indicazione dei documenti o le parti di documento da sottrarre all'accesso e gli specifici motivi di riservatezza o di segretezza che giustificano la richiesta stessa. In considerazione dell'opportunità di pubblicare le comunicazioni



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

fornite, i soggetti rispondenti dovranno altresì allegare alla documentazione inviata l'indicazione dei contenuti da sottrarre all'accesso e alla pubblicazione, nonché una versione accessibile e/o pubblicabile dei documenti. L'eventuale istanza di sottrazione alla pubblicazione e/o accesso della documentazione deve essere accompagnata da una motivazione circostanziata delle specifiche esigenze di riservatezza o di segretezza e del pregiudizio concreto ed attuale che deriverebbe al soggetto richiedente dalla messa a disposizione a terzi delle informazioni e dei dati comunicati all'Autorità. In assenza di tali motivazioni le informazioni comunicate si considereranno pubblicabili e accessibili.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

**Allegato B
alla delibera n. 579/18/CONS del 29 novembre 2018**

Premessa

Il presente questionario è volto ad acquisire ogni utile elemento di informazione e valutazione in merito all’attuazione da parte dell’Autorità, per quanto di sua competenza, dell’articolo 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 (c.d. decreto dignità).

La novella legislativa in parola, **con l’espressa finalità di rafforzare la tutela del consumatore e di contrastare in modo efficace il disturbo da gioco di azzardo**, introduce un divieto generalizzato di pubblicità concernente il gioco a pagamento effettuata su qualsiasi mezzo di comunicazione¹. Tale divieto viene esteso dal 1° gennaio

¹ Si riporta, di seguito, il testo della norma: “1. 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.

1-bis. Nelle leggi e negli altri atti normativi nonché negli atti e nelle comunicazioni comunque effettuate su qualunque mezzo, i disturbi correlati a giochi o scommesse con vincite di denaro sono definiti "disturbi da gioco d'azzardo (DGA)".



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

2019 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. Vengono esclusi dal divieto le lotterie nazionali a estrazione differita di cui all'art. 21, comma 6, del decreto-legge 1° luglio 2009, n. 78, le manifestazioni di sorte

1-ter. All'art. 7, comma 4-bis, del decreto-legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, è aggiunto, in fine, il seguente periodo: "Per le lotterie istantanee indette dal 1° gennaio 2019 o ristampate da tale data, i premi eguali o inferiori al costo della giocata non sono compresi nelle indicazioni sulla probabilità di vincita".

2. Fatto salvo quanto previsto dall'art. 7, comma 6, del decreto-legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, 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.

3. L'Autorità competente alla contestazione e all'irrogazione delle sanzioni di cui al presente articolo è l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che vi provvede ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689.

4. I proventi delle sanzioni amministrative per le violazioni di cui al comma 1, compresi quelli derivanti da pagamento in misura ridotta ai sensi dell'art. 16 della legge 24 novembre 1981, n. 689, sono versati ad apposito capitolo dell'entrata del bilancio statale e riassegnati allo stato di previsione della spesa del Ministero della salute per essere destinati al fondo per il contrasto al gioco d'azzardo patologico di cui all'art. 1, comma 946, della legge 28 dicembre 2015, n. 208.

5. Ai contratti di pubblicità in corso di esecuzione alla data di entrata in vigore del presente decreto resta applicabile, fino alla loro scadenza e comunque per non oltre un anno dalla data di entrata in vigore del presente decreto, la normativa vigente anteriormente alla medesima data di entrata in vigore.

6. La misura del prelievo erariale unico sugli apparecchi di cui all'art. 110, comma 6, *lett. a)* e *lett. b)*, del testo unico di cui al regio decreto 18 giugno 1931, n. 773, è fissata, rispettivamente, nel 19,6 per cento e nel 6,65 per cento a decorrere dal 1° maggio 2019, nel 19,68 per cento e nel 6,68 per cento a decorrere dal 1° gennaio 2020, nel 19,75 per cento e nel 6,75 per cento a decorrere dal 1° gennaio 2021 e nel 19,6 per cento e nel 6,6 per cento a decorrere dal 1° gennaio 2023.

6-bis. Entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del presente decreto, il Governo propone una riforma complessiva in materia di giochi pubblici in modo da assicurare l'eliminazione dei rischi connessi al disturbo da gioco d'azzardo e contrastare il gioco illegale e le frodi a danno dell'erario, e comunque tale da garantire almeno l'invarianza delle corrispondenti entrate, ivi comprese le maggiori entrate derivanti dal comma 6.

7. Agli oneri derivanti dal comma 1, pari a 147 milioni di euro per l'anno 2019 e a 198 milioni di euro (annui) a decorrere dall'anno 2020, si provvede mediante quota parte delle maggiori entrate di cui al comma 6".



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

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.

Per l'inosservanza del divieto di pubblicità, è previsto 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.

La competenza a contestare la violazione di tali prescrizioni ed irrogare le relative sanzioni è attribuita all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che vi provvede ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689.

Questionario

1. Definizioni e ambito di applicazione

- 1.1. La nozione di pubblicità fornita all'art. 9, comma 1, del decreto, comprende *“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”*, e viene posta in rapporto con la fattispecie delle *“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”*. Quale rapporto funzionale si individua tra queste diverse fattispecie? Quali ambiti, ove esistenti, ne sono esclusi o meritano interventi chiarificatori nella qualificazione delle fattispecie?
- 1.2. Come si ritiene debba interpretarsi in particolare la nozione di *pubblicità indiretta*?
- 1.3. La definizione di “contratto di pubblicità” (art. 9, comma 5, del decreto) introduce una fattispecie non prevista espressamente dall'ordinamento giuridico. Avuto riguardo alla prassi esistente, quali definizioni di contratto rientrano in questa categoria e quali, e in base a quali motivazioni, dovrebbero essere esclusi?



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Si invita a fornire esempi concreti delle prassi adottate dal mercato.

- 1.4. La norma in esame estende il proprio ambito di applicazione anche “*a tutte le altre forme di comunicazione di contenuto promozionale*”. Avuto riguardo alla prassi esistente, quali forme di comunicazione rientrano in questa categoria e quali, e in base a quali motivazioni, dovrebbero essere escluse? Si invita a fornire esempi concreti delle prassi adottate dal mercato.
- 1.5 La norma in esame assoggetta al divieto anche “*la sovraimpressione del nome, marchio, simboli, attività o prodotti*”. Avuto riguardo alla prassi esistente, in quali casi i loghi e i marchi rientrano in altre forme di comunicazione? Si invita, al riguardo, a fornire esempi concreti che consentano di valutare la rilevanza e la frequenza di casi di comunicazioni aziendali che non promuovano direttamente il gioco, ma pubblicizzino solo il marchio della società, oppure di uso di materiale esplicativo all’interno del punto vendita o l’insegna dello stesso.
- Si invita a fornire esempi della casistica delle summenzionate tipologie di comunicazione commerciale, illustrando le relative modalità di contrattualizzazione e, laddove possibile, allegando contratti in essere (anche in forma di moduli utilizzati).

2. Comunicazioni espressamente incluse nel divieto

- 2.1. Indicare in via generale le tipologie di comunicazioni commerciali con contenuti diretti a promuovere la vendita o a incentivare il consumo di prodotti o ad incentivare il consumo dei servizi di gioco, che ricadono nell’ambito del divieto.
- 2.2. Descrivere in particolare le principali tipologie di comunicazione commerciale aventi ad oggetto il settore del gioco con vincite in denaro utilizzate negli ultimi 5 anni.
- 2.3. Descrivere le tipologie di accordi di sponsorizzazione del settore del gioco con vincita in denaro e dettagliare le attività di sponsorizzazione effettuate attraverso l’utilizzo congiunto di loghi e *claim* e/o contenuti pubblicitari.

3. Ulteriori tipologie di comunicazioni

- 3.1. L’offerta di prodotti e/o servizi di gioco con vincite in denaro comporta specifici obblighi informativi. Si richiede di descrivere sommariamente le diverse tipologie di **obblighi informativi** derivanti da leggi, regolamenti o oneri concessori o di licenza a carico dei soggetti che offrono detti prodotti e servizi. Si chiede in particolare di mettere in luce la relazione tra detti obblighi e le esigenze di tutela dei consumatori, di trasparenza delle comunicazioni, di salvaguardia dei minori e delle persone più



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

vulnerabili, di tutela della salute, nonché di illustrare le tipologie di comunicazioni dirette ad assicurare dette tutele e garanzie.

- 3.2. Illustrare eventuali tipologie di **iniziative premiali** indette per finalità di carattere sociale o per finalità *differenti* dalla promozione dei giochi con vincite in denaro.
- 3.3. Illustrare se la Società si avvale di comunicazioni relative ai prodotti di gioco ottenuti in concessione dallo Stato italiano, al di fuori del territorio italiano o tramite siti i cui server non sono in Italia o non indirizzati al mercato italiano.
- 3.4. Illustrare in particolare se l'oggetto sociale della Società include anche ulteriori attività diverse dai giochi con vincite in denaro.
- 3.5. La Società opera o svolge attività diverse dal gioco e si avvale di comunicazioni commerciali **non relative ai prodotti di gioco?** (*es. comunicazioni non relative a giochi ma relative alle ulteriori aree o ambiti di attività della società.*) Descrivere le tipologie di comunicazioni di tipo istituzionale /o societario e i canali.

4. Tipologie di comunicazioni non destinate ai consumatori

- 4.1. Illustrare se la Società si avvale di comunicazioni che sebbene siano attinenti al gioco non sono rivolte al consumatore e, dunque, non incidono sul livello di tutela del consumatore, cd. "comunicazioni neutre" (ad esempio, comunicazioni *business to business*, volte esclusivamente a incentivare rivenditori ad entrare a fare parte della rete distributiva).
- 4.2. Illustrare le ulteriori tipologie di attività svolte dall'operatore a sostegno di iniziative solidaristiche o sociali attraverso l'utilizzo delle sole denominazioni sociali delle aziende del gruppo (ad es. sostegno a progetti in favore della comunità, ambiente, cultura e CSR in generale).

5. Segni distintivi e/o identificativi, rispetto alle quali si chiede di valutare (i) modalità e condizioni per l'utilizzo dei segni distintivi e (ii) esclusione/se la disciplina del decreto trovi applicazione

- 5.1. Illustrare a titolo esemplificativo i marchi, loghi e/o slogan registrati dalla Società o di cui la società è licenziataria **non** riferibili univocamente a prodotti di gioco, quali i marchi e loghi *di gioco responsabile o altri*.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

- 5.2. Illustrare a titolo esemplificativo le attività di sponsorizzazione effettuate con le sole denominazioni sociali, ditte o insegne delle aziende del gruppo di cui fa parte l'operatore o dell'operatore stesso non relative a prodotti di gioco.
- 5.3. Descrivere le attività di sponsorizzazioni effettuate con marchi registrati **non** relativi a prodotti di gioco.
- 5.4. Descrivere le attività di sponsorizzazione effettuate con i soli marchi registrati relativi ai giochi con vincita in denaro ed eventuali vincoli di spesa indicati nelle concessioni in tali ambiti.

6. Ambito di applicazione

- 6.1. L'art. 9, comma 2, estende la responsabilità per l'inosservanza del divieto anche **all'organizzatore della manifestazione, evento o attività** sponsorizzato da società che gestiscono l'attività di gioco e scommessa. Si ritiene che sussistano, alla luce delle concrete iniziative poste in essere e delle loro modalità specifiche di sponsorizzazione, ambiti sottratti al predetto divieto?
- 6.2. Considerata la finalità perseguita dalla norma, che è quella di tutelare il consumatore finale, la stampa specializzata destinata ai soli operatori del settore andrebbe esentata dal divieto analogamente a quanto avviene per altri settori?
- 6.3. Analogamente a quanto rilevato nella domanda precedente, andrebbero incluse nel divieto anche le forme di pubblicità volte a promuovere le tecnologie necessarie per l'organizzazione e lo svolgimento del gioco a pagamento (es. software) ovvero quelle degli enti certificatori dei soggetti che organizzano lo svolgimento di attività di gioco a pagamento o delle piattaforme di gioco?
- 6.4. Per quel che concerne i casinò (intesi quali luogo fisico di gioco) essi sembrerebbero rientrare a pieno titolo nella normativa esistente. Tuttavia una normativa risalente di carattere speciale (regio decreto legge 22 dicembre 1927, n. 2448, Regio decreto legge 1404/1936 e il decreto 30 luglio 1936) ne aveva disciplinato l'esercizio come un settore a sé. Come ritenete debbano esser trattati, ai fini della normativa in esame, i casinò ancora operanti sul territorio italiano, e le connesse attività?
- 6.5. La norma, al comma 1, applica il divieto in esame anche alle "**pubblicazioni in genere**", senza ulteriori specificazioni. Se si ha riguardo alla legge sulla stampa n. 47/1948, la nozione è quella di stampa o stampato (non periodico, perché i periodici sono



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

ricompresi nella stampa quotidiana e periodica); in tal caso il responsabile sarebbe lo stampatore o, se esiste, l'editore (art. 2 l. cit.). Si condivide tale orientamento?

- 6.6. La norma, sempre al comma 1, estende il divieto di pubblicità anche ai **“canali informatici, digitali e telematici, compresi i social media”**. Il comma 2, nell'individuare i destinatari della sanzione, fa riferimento al **“proprietario del mezzo o del sito di diffusione o di destinazione”**. Per la definizione di sito, l'Autorità intende rinviare al regolamento sul diritto d'autore (delibera n. 680/13/CONS) dando rilievo al luogo dove è stabilito il soggetto che gestisce il sito. Affinché l'Autorità possa irrogare la sanzione pecuniaria – diversamente dalla misura della disabilitazione dell'accesso – rileva il luogo in cui il server è ubicato. Si condivide tale orientamento? Per quel che concerne i social media/blog si condivide l'orientamento di vincolare tali soggetti – attraverso forme di co-regolamentazione – alla rimozione della pubblicità veicolata in violazione del divieto sancito dalla norma?
7. Fornire ogni ulteriore informazione circa le modalità di applicazione della norma, ivi incluse le modalità di rilevazione, segnalazione e indagine sul territorio. Rappresentare eventuali criticità e fornire informazioni o studi utili ad evidenziare gli effetti sociali ed economici dell'applicazione della norma nel breve e lungo termine (effetti sanitari; educativi; organizzativi; occupazionali; economico-finanziari).