

# 14/7/18 In G.U. il Decreto dignità, previsto divieto pubblicità di giochi e scommesse. Contratti di pubblicità in corso applicabili sino alla scadenza e comunque non oltre un anno

Il c.d. Decreto dignità (Decreto legge n. 87 del 12 luglio 2018), approvato dal Consiglio dei Ministri del 2 luglio u.s., è stato pubblicato nella Gazzetta ufficiale n. 161 del 13 luglio ed entra in vigore il 14 luglio 2018. Il decreto legge (che, ricordiamo, dovrà essere convertito entro 60 giorni dalle Camere), come anticipato nell'edizione n. 13/2018 del 29 giugno 2018 del TeleRadioFax, prevede, all'art. 9, il divieto di pubblicità di giochi e scommesse. In particolare, ai fini del rafforzamento della tutela del consumatore e per un più efficace contrasto alla ludopatia, viene vietata qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta, relativa a giochi o scommesse con vincite di 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 applicazioni e internet. Dal 1° gennaio 2019, tale divieto 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 sovrapposizione del nome, marchio, simboli, attività o prodotti la cui pubblicità, è vietata. Sono esclusi dal divieto le lotterie nazionali a estrazione di erita, le manifestazioni di sorte locali (lotterie, pesche o banchi di beneficenza e tombole promosse, ai sensi dell'art. 13 del DPR n. 430/2001, da enti morali, associazioni, comitati senza fini di lucro, con scopi assistenziali, culturali, ricreativi e sportivi, partiti e movimenti politici, nell'ambito di manifestazioni locali organizzate dagli stessi) e i loghi sul gioco sicuro e responsabile dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli. Ai contratti di pubblicità in corso di esecuzione alla data di entrata in vigore del decreto resta applicabile, fino alla loro scadenza e comunque per non oltre un anno dalla data di entrata in vigore del decreto stesso, la normativa vigente anteriormente alla medesima data di entrata in vigore.

L'inosservanza delle citate disposizioni, 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, l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria commisurata nella misura del 5% del valore della sponsorizzazione o della pubblicità e in ogni caso non inferiore, per ogni violazione, a euro 50.000. La contestazione e l'irrogazione di tali sanzioni compete all'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni.

Restano in vigore anche le sanzioni previste dal decreto Balduzzi (art 7 comma 6 del DL n. 158/2012 convertito, con modificazioni, dalla legge n. 189/2012).