Decreto Dignità, da domenica il divieto di pubblicità dei giochi:

Data: 7 dicembre 2019 | Autore: Redazione

ROMA 12 LUGLIO - Da domenica, lo stop alla pubblicità dei giochi sarà effettivo per tutti: sarà trascorso un anno dall'entrata in vigore del Decreto Dignità, che prevedeva il divieto totale di pubblicità dei giochi (con l'esclusione della Lotteria Italia e dei contratti in corso, per al massimo un anno) e lo stop alle sponsorizzazioni dal 1° gennaio 2019. Domenica, ricorda Agipronews, scadrà anche l'ultima deroga, che riguarda i contratti firmati prima del 14 luglio 2018. Salate le sanzioni previste dalla norma e che saranno irrogate dall'Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM): gli operatori rischiano multe pari al 20% del valore della sponsorizzazione o della pubblicità e comunque non inferiori a 50mila euro per ogni violazione. I proventi, invece, alimenteranno il fondo per il contrasto al gioco patologico.

LE TAPPE - Il 12 luglio 2018, il Consiglio dei Ministri approvò il Decreto Dignità che prevedeva alcune misure di contrasto alla ludopatia, tra cui il divieto di pubblicità da parte delle aziende di gioco. Il giorno seguente, il testo del decreto legge venne pubblicato in Gazzetta Ufficiale e, dal 14 luglio 2018, entrò in vigore. Nel corso dell'esame parlamentare della legge di conversione del Decreto Dignità, ricorda Agipronews,venne approvata una proroga di un anno «ai contratti di pubblicità in corso di esecuzione alla data di entrata in vigore» del provvedimento. Dal 14 luglio 2019, quindi, il divieto di pubblicità diventa effettivo per tutti.

150 MILIONI IN MENO PER LO STATO - Secondo le stime del MEF, il divieto di pubblicità dei giochi

potrebbe far calare il volume della raccolta «intorno al 5%» e «potrebbe comportare una riduzione delle entrate, a regime, pari a 150 milioni di euro l'anno». In particolare, prosegue Agipronews, il minor gettito nel 2019 sarebbe pari a 112 milioni, per poi andare a regime (nel 2020 e nel 2021) a meno 150 milioni. «Sulla base dei dati in possesso e delle informazioni provenienti dai concessionari», i tecnici di via XX settembre avevano anche stimato gli investimenti pubblicitari e di sponsorizzazione nel settore dei giochi, che «si aggirano complessivamente intorno a 150-200 milioni l'anno».

LE LINEE GUIDA AGCOM - Per evitare l'applicazione delle sanzioni, gli operatori dovranno rispettare le indicazioni dell'Agcom. Lo scorso 18 aprile, infatti, l'Authority ha approvato la delibera contenente le linee guida sul divieto di pubblicità dei giochi previsto dal Decreto Dignità: stop alle sponsorizzazioni di scommesse sulle maglie dei giocatori di calcio e a bordocampo, all'inserimento di prodotti pubblicitari legati al gioco nei programmi televisivi e nei film, vietati i gadget, l'organizzazione di eventi con premi, la pubblicità redazionale e quella, diretta e indiretta, effettuata dagli "influencer". Sono permessi invece, spiega Agipronews, i servizi di comparazione di quote, gli spazi quote nei progammi tv o web sportivi, l'esposizione delle vincite, i servizi di indicizzazione web, le comunicazioni commerciali business to business, le fiere destinate agli operatori del settore, le comunicazioni di responsabilità sociale, le campagne informative sui rischi del gioco.

RIFORMA DEI GIOCHI ANCORA IN STAND-BY - Il Decreto Dignità prevedeva anche che il Governo proponesse, entro sei mesi, «una riforma complessiva in materia di giochi pubblici, in modo da assicurare l'eliminazione dei rischi connessi al disturbo del gioco d'azzardo contrastare il gioco illegale e le frodi a danno dell'erario e comunque tale da garantire almeno l'invarianza delle corrispondenti entrate». La scadenza di metà febbraio, peraltro puramente indicativa, non è stata rispettata dal Governo Conte. Il Sottosegretario al Mef, Massimo Bitonci, conclude Agipronews, ha recentemente dichiarato in Parlamento che l'Esecutivo sta ultimando la redazione di un disegno di legge delega con i principi per la riforma del settore.

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/decreto-dignita-da-domenica-il-divieto-di-pubblicita-dei-giochi/114912