

17 Giugno 2026 - 16:05 di Redazione Jamma

Nel dibattito sulla pubblicità del gioco d'azzardo nel Regno Unito emerge un nuovo elemento destinato a far discutere. Secondo Grainne Hurst, presidente del Betting and Gaming Council (BGC), l'attenzione delle istituzioni non dovrebbe concentrarsi esclusivamente sul volume complessivo degli investimenti pubblicitari del settore, ma soprattutto sulla provenienza di tali risorse e sugli operatori che ne beneficiano.

Intervenendo durante una sessione del Committee della Camera dei Lord, Hurst ha richiamato l'attenzione sulla crescente presenza pubblicitaria degli operatori illegali e non regolamentati che operano sul mercato britannico. A supporto della sua analisi sono stati citati i dati elaborati da WARC, secondo cui la spesa pubblicitaria complessiva legata al gioco nel Regno Unito ammonta oggi a circa 1,9 miliardi di sterline all'anno. Di questa cifra, circa 1,1 miliardi provengono da operatori autorizzati e soggetti alla regolamentazione britannica. La quota restante, compresa tra 800 e 900 milioni di sterline, sarebbe invece riconducibile a operatori illegali o privi di licenza nel Regno Unito.

Si tratta di numeri che, secondo il BGC, mostrano una tendenza particolarmente preoccupante. Se l'attuale andamento dovesse proseguire, gli operatori illegali potrebbero arrivare nel giro di due anni a superare quelli regolamentati per volume di investimenti pubblicitari rivolti ai consumatori britannici. La questione si inserisce in un contesto nel quale il tema della pubblicità del gioco continua a occupare una posizione centrale nel dibattito politico e regolatorio. Negli ultimi anni numerose organizzazioni e gruppi di pressione hanno chiesto restrizioni sempre più severe alle campagne promozionali degli operatori autorizzati, sostenendo la necessità di ridurre l'esposizione del pubblico ai messaggi commerciali legati al gambling.

Secondo Hurst, tuttavia, il rischio è che un approccio concentrato esclusivamente sulla riduzione della pubblicità legale possa produrre effetti indesiderati. La sfida principale, ha sottolineato la CEO del BGC, non consiste semplicemente nel diminuire la quantità di pubblicità, ma nel garantire che i consumatori non vengano progressivamente indirizzati verso operatori che agiscono completamente al di fuori del sistema regolatorio. Gli operatori non autorizzati, infatti, non sono soggetti agli stessi obblighi in materia di tutela dei giocatori, verifiche sull'identità, prevenzione del riciclaggio e strumenti di gioco responsabile previsti per il mercato regolamentato. Per questo motivo il crescente peso della loro presenza online e pubblicitaria rappresenta una delle principali preoccupazioni dell'industria legale

UK, la denuncia degli operatori di gioco (BGC): i bookmaker illegali investono fino a 900 milioni di sterline in pubblicità

britannica.

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=353913>