

**10 Giugno 2026 - 12:01** di Redazione Jamma

---

Nell’ambito del corso di formazione per giornalisti “Gioco legale: dati, regole e responsabilità dell’informazione”, in svolgimento oggi a Roma, **Davide Gallino** (in foto), dirigente dell’Ufficio Vigilanza e Sanzioni Servizi Media dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ha richiamato l’attenzione sull’evoluzione della comunicazione nel settore del gioco, soffermandosi sulla crescita dell’offerta illegale online, sui siti con estensione .news e sui prediction markets.

Gallino ha spiegato che, nella comunicazione sul comparto, esiste un tema spesso trascurato: il gioco illegale. “C’è un grande invitato di pietra che spesso viene ignorato”, ha osservato, evidenziando come dall’attività di vigilanza emerga un aumento costante delle comunicazioni da parte di operatori non autorizzati.

Sui social network, ha aggiunto, si registra una proliferazione di account e profili, talvolta realizzati anche con strumenti di intelligenza artificiale, utilizzati per attrarre utenti verso piattaforme non autorizzate. “Il percorso è spesso lo stesso: dai social si arriva a Telegram”, ha spiegato, sottolineando la difficoltà di controllo di questi canali.

Il dirigente Agcom ha evidenziato la necessità di rafforzare la capacità di riconoscere la differenza tra gioco legale e illegale. “Non sempre chi utilizza questi servizi è consapevole di essere fuori dal perimetro regolato”, ha affermato, richiamando l’obiettivo di ridurre gli spazi dell’offerta non autorizzata.

Un altro fronte riguarda i siti informativi con estensione .news. Dopo il Decreto Dignità e le successive linee guida, ha ricordato, è stata prevista la possibilità per gli operatori autorizzati di comparire sui siti di informazione attraverso il richiamo del marchio legato alla testata.

Da questa evoluzione sono nati numerosi portali che si presentano come informativi ma che, in alcuni casi, ospitano un’ampia presenza di contenuti legati al gioco. “Si è creato un livello di affollamento comunicativo molto elevato”, ha osservato Gallino, soprattutto in occasione degli eventi sportivi.

Non si tratta soltanto di pubblicità diretta, ha aggiunto, ma anche di loghi sulle maglie, pannelli a bordo campo, sovraimpressioni televisive e contenuti editoriali. “Merita una riflessione sull’equilibrio dei messaggi”, ha sottolineato.

Infine, il dirigente Agcom ha affrontato il tema dei prediction markets, definendoli strumenti ancora in fase di inquadramento tra finanza e scommessa. “Circa l’85% delle operazioni riguarda eventi sportivi”, ha spiegato, segnalando la forte centralità dello sport.

Tra gli aspetti critici, Gallino ha citato la possibilità di rivendere la propria posizione prima della chiusura dell’evento e il rischio legato all’uso di informazioni privilegiate. “Il problema principale riguarda l’informazione”, ha affermato, evidenziando anche la possibile presenza di dinamiche assimilabili all’insider trading.

Per questo motivo, ha concluso, le autorità di regolazione stanno seguendo il fenomeno con attenzione, mentre il dibattito sul suo corretto inquadramento normativo resta ancora aperto.

---

**Fonte:** <https://www.jamma.it/?p=353481>