

**2 Luglio 2026 - 17:21** di *Monica Cuprifi*

---

“Quello che chiediamo non è più pubblicità, ma regole chiare e uguali per tutti”. È questo il messaggio lanciato da Davide Diodato, Managing Director di HBG Online Gaming (NOVOMATIC Italia), intervenendo oggi a iGB LIVE 2026 nel panel “Italy Update: The New Rules for Gambling Advertising and Their Impact on the Market”, dedicato all’evoluzione della disciplina italiana sulla pubblicità del gioco.

Nel suo intervento, Diodato ha spiegato che un operatore digitale entra in contatto con il giocatore attraverso diversi punti di contatto e, proprio per questo, ha bisogno di un quadro normativo definito.

“Come operatore italiano siamo in attesa delle nuove linee guida. Quello che chiediamo è soprattutto chiarezza: regole certe, vigilanza e un livello di concorrenza equilibrato. È questo ciò che stiamo cercando”.

Il manager ha poi ricordato come il mercato italiano disponga già di alcuni degli strumenti di tutela più avanzati a livello europeo.

“L’Italia è un mercato molto evoluto. Abbiamo un registro nazionale di autoesclusione: se un giocatore si autoesclude presso un operatore, viene automaticamente escluso anche dagli altri concessionari. È un sistema molto avanzato”.

Diodato ha evidenziato anche il crescente utilizzo della tecnologia per la tutela dei giocatori.

“Sulle nostre piattaforme utilizziamo sistemi di intelligenza artificiale per individuare in anticipo comportamenti di gioco potenzialmente problematici. La protezione del giocatore è già parte integrante del nostro lavoro”.

Il passaggio centrale del suo intervento ha riguardato però gli effetti del divieto di pubblicità sul mercato italiano.

“Il divieto di pubblicità non ha eliminato il gioco in Italia. Ha semplicemente spostato la comunicazione verso piattaforme illegali, che rappresentano un problema sia per la sicurezza dei consumatori sia per lo Stato, che perde gettito fiscale, oltre che per gli operatori autorizzati”.

**iGBLIVE 2026, Davide Diodato (HBG Online Gaming):  
“L’Italia ha strumenti avanzati, ora servono regole  
certe sulla comunicazione del gioco legale”**

Secondo Diodato, i soggetti illegali sfruttano soprattutto i social network per raggiungere le fasce più vulnerabili.

“Vediamo operatori del mercato nero che utilizzano in modo molto aggressivo i social media, rivolgendosi anche ai giovani e ai soggetti più fragili. Spesso pubblicano contenuti apparentemente conformi alle regole e poi indirizzano gli utenti verso siti di gioco illegali”.

Per contrastare questo fenomeno, Diodato ha suggerito una maggiore collaborazione tra autorità e piattaforme digitali.

“Forse una soluzione potrebbe essere un lavoro congiunto tra il regolatore, l’AGCOM, l’ADM e le grandi piattaforme online, per distinguere chiaramente chi opera con una concessione da chi invece agisce fuori dalle regole”.

Infine ha ribadito che la domanda di gioco continuerà comunque a esistere e che il vero obiettivo della regolazione dovrebbe essere quello di indirizzarla verso il mercato autorizzato.

“La domanda c’è e continuerà a crescere. Se gli operatori regolati hanno la possibilità di comunicare nel rispetto di regole chiare, possiamo intercettare quella domanda e portarla all’interno di un’offerta sicura e controllata. Non è soltanto un interesse degli operatori: è un obiettivo di sicurezza pubblica che possiamo raggiungere insieme”.

---

**Fonte:** <https://www.jamma.it/?p=354935>