

Camera, dopo una “breve” attesa di anni ecco il testo della pdl Comaroli (Lega) che estende il divieto di pubblicità del gioco

20 Aprile 2026 - 12:55 di Marco D'Angelo

C'è voluto qualche anno, ma alla fine il testo è arrivato. Presentata nell'[ottobre 2022](#) e rimasta per lungo tempo ai margini del dibattito, la proposta di legge n. 189 che modifica il divieto di pubblicità del gioco con vincite in denaro, d'iniziativa della deputata **Silvana Comaroli (Lega)**, è stata pubblicata alla Camera il 17 aprile 2026. Un tempo che ha visto il settore cambiare ancora, tra evoluzione normativa, consolidamento degli operatori e ridefinizione degli equilibri tra tutela e mercato.

Il cuore della proposta è semplice e diretto: estendere e rafforzare il perimetro delle restrizioni pubblicitarie, intervenendo sull'articolo 43 del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208. In particolare, la pdl introduce una nuova lettera (d-bis) che vieta **qualsiasi forma di comunicazione commerciale audiovisiva, diretta o indiretta**, che possa indurre all'acquisto o alla partecipazione a giochi con vincite in denaro, inclusi quelli online.

Non si tratta quindi solo di uno stop alla pubblicità esplicita, ma di un divieto molto più ampio, che colpisce ogni forma di promozione, anche indiretta. Il perimetro è volutamente esteso: lotterie, scommesse, concorsi a premio e qualsiasi attività in cui la vincita sia determinata esclusivamente dal caso. Una formulazione che, se applicata in modo rigoroso, potrebbe avere impatti rilevanti anche su forme di comunicazione oggi considerate borderline.

La ratio della proposta si inserisce in un impianto argomentativo ormai consolidato. Il testo richiama dati sulla diffusione del gioco in Italia, sottolineando l'aumento della raccolta negli ultimi vent'anni e il numero di giocatori, con particolare attenzione ai soggetti a rischio o già affetti da gioco patologico. Viene inoltre evidenziato il costo sociale e sanitario della ludopatia, stimato in diversi miliardi di euro, e il legame tra gioco, indebitamento e fenomeni di usura.

Il parallelismo utilizzato è quello con il tabacco e l'alcol: comportamenti legali ma socialmente dannosi, per i quali il legislatore è intervenuto limitando drasticamente la pubblicità. In questa logica, il divieto di comunicazione commerciale viene presentato come uno strumento necessario per ridurre l'esposizione e, di conseguenza, la domanda di gioco.

Per il settore, tuttavia, il tema resta complesso. Da un lato, la tutela dei giocatori e la prevenzione delle dipendenze rappresentano obiettivi condivisi; dall'altro, un

Camera, dopo una “breve” attesa di anni ecco il testo della pdl Comaroli (Lega) che estende il divieto di pubblicità del gioco

ulteriore irrigidimento delle regole sulla comunicazione rischia di incidere sulla capacità degli operatori legali di distinguersi dall’offerta illegale. Un equilibrio che negli anni ha già generato ampio confronto tra istituzioni, concessionari e stakeholder.

Va inoltre considerato che la proposta interviene su un quadro normativo già stratificato, dove i limiti alla pubblicità sono tra i più stringenti in Europa. L’introduzione di un divieto così ampio potrebbe quindi riaprire il dibattito sull’efficacia delle misure restrittive rispetto agli obiettivi di contrasto al gioco patologico.

Dal punto di vista tecnico, la pdl si compone di due articoli: il primo introduce la modifica normativa, mentre il secondo disciplina l’entrata in vigore, prevista per il giorno successivo alla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale. Una struttura essenziale, che lascia però spazio a interpretazioni applicative non banali, soprattutto sul concetto di comunicazione “indiretta”.

Di seguito il testo integrale della proposta di legge:

[leg.19.pdl.camera.189.19PDL0003900Download](https://www.gazzettaufficiale.it/eli/legge/2019/09/19/003900/download)

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=350610>