

23 Giugno 2026 - 16:40 di *Marco D'Angelo*

La Commissione europea ha risposto alle petizioni presentate dal cipriota **Michalis Iona** e dall'italiano **Giovanni Fiorillo** sul tema della pubblicità del gioco d'azzardo e della tutela delle persone vulnerabili, ribadendo che **non esiste una normativa europea settoriale specifica sul gioco** e che la regolamentazione del comparto resta di competenza dei singoli Stati membri. La risposta è arrivata nell'ambito dell'esame delle due istanze davanti alla Commissione per le petizioni del Parlamento europeo.

Nella sua petizione, Michalis Iona ha denunciato la crescente presenza della pubblicità del gioco d'azzardo sui social media, sui cartelloni e attraverso altri canali di comunicazione, sostenendo che tale esposizione continua possa influenzare giovani, anziani e soggetti vulnerabili, favorendo comportamenti compulsivi e causando perdite economiche. Il firmatario ritiene inoltre che **un divieto della pubblicità del gioco** contribuirebbe a creare comunità più sane e a proteggere in particolare le persone che stanno affrontando un percorso di recupero dalla dipendenza. Presentando l'istanza di persona davanti all'Europarlamento, Iona ha voluto rafforzare la sua posizione parlando di un mercato che esercita un **“marketing predatorio”** e sottolineando il passaggio dai vecchi media ai social: “Un tempo questa pubblicità era limitata ai programmi di notte fonda in TV, oggi invece gli annunci bombardano continuamente gli smartphone e i social network”. Il firmatario ha spiegato che questa esposizione costante colpisce i giovani, il cui cervello in fase di sviluppo è più esposto al brivido del rischio, ma ha lanciato l'allarme più grave per chi è già guarito: “Il gruppo più vulnerabile è quello delle persone guarite dalla ludopatia. Queste pubblicità causano ricadute devastanti: le famiglie si distruggono, il debito cresce a dismisura e aumenta il tasso di suicidi”. Infine, Iona ha respinto le obiezioni di natura economica, concludendo che “molti diranno che il divieto va contro la libertà commerciale, ma questo modello di business va avanti a spese di persone che pagano le vincite di pochi. Tutelare la salute pubblica non è un attacco alla libertà, è una responsabilità dei governi”.

La seconda petizione, presentata da Giovanni Fiorillo, parte invece dalla sua esperienza personale. Il firmatario ha riferito di aver subito conseguenze economiche e problemi di salute legati alla dipendenza da gioco, fino ad arrivare a un ricovero ospedaliero. Nella petizione Fiorillo sostiene che strumenti quali l'autoesclusione e gli slogan sul gioco responsabile non siano sufficienti ad affrontare le cause profonde del fenomeno. Il firmatario evidenzia inoltre la crescita

dell'industria del gioco, in particolare dei comparti delle slot machine e dei casinò online, chiedendo norme più severe, maggiori servizi di assistenza, forme di sostegno economico per le persone affette da dipendenza e un più stretto coordinamento con i servizi sanitari territoriali. Tra le richieste avanzate da Fiorillo figurano anche il rafforzamento delle misure contro il riciclaggio di denaro e il riconoscimento dei giocatori patologici come vittime aventi diritto a forme di compensazione.

Nella propria risposta, la Commissione europea ha ricordato che, pur in assenza di una normativa europea specifica sul gioco d'azzardo, esistono disposizioni generali a tutela dei consumatori. In particolare è stata richiamata la **direttiva sulle pratiche commerciali sleali**, che vieta comunicazioni commerciali in grado di alterare in maniera significativa le decisioni economiche dei consumatori, soprattutto quando vengono coinvolti soggetti vulnerabili.

“Nel settore del gioco d'azzardo la direttiva sulle pratiche commerciali sleali svolge un ruolo di rete di sicurezza”, ha spiegato la Commissione, precisando che ciò avviene “fatte salve le norme nazionali che disciplinano il gioco d'azzardo”.

Secondo Bruxelles, in linea di principio tale direttiva potrebbe trovare applicazione nei confronti di forme di pubblicità aggressive o di messaggi contenenti informazioni ingannevoli sul gioco, sia attraverso mezzi tradizionali sia sui social media e sulle piattaforme online, qualora inducano i consumatori ad assumere decisioni contrarie ai propri interessi.

La Commissione ha inoltre sottolineato che la direttiva è stata recepita negli ordinamenti nazionali e che l'attuazione concreta delle disposizioni spetta alle autorità competenti e ai tribunali dei singoli Stati membri.

Nel corso dell'intervento è stato poi ricordato che, due anni fa, la Commissione ha annunciato l'intenzione di predisporre una nuova **legge sull'equità digitale** con l'obiettivo di rafforzare la tutela dei consumatori nell'ambiente online e verificare se le attuali reti di protezione siano ancora adeguate nell'era digitale. La proposta legislativa è prevista per la seconda metà del 2026.

“Come qualsiasi altra norma che riguarda i consumatori, la legge sull'equità digitale opera in modo orizzontale”, ha spiegato l'esecutivo europeo. “Non stabilirà delle regole specifiche sulla pubblicità del gioco d'azzardo che resteranno una questione di competenza nazionale”.

Bruxelles ha ricordato inoltre che, nell’ambito della preparazione della futura normativa, è stata svolta una consultazione pubblica conclusasi nell’ottobre dello scorso anno. Tra gli aspetti esaminati vi è anche la possibilità di limitare alcune tipologie di messaggi diffusi dagli influencer per garantire una maggiore protezione dei minori. Secondo la Commissione, tale tema potrebbe riguardare anche eventuali contenuti sul gioco d’azzardo rivolti ai più giovani.

La risposta ha richiamato anche altre normative europee, tra cui il **Digital Services Act** e la direttiva sui servizi di media audiovisivi. Secondo la Commissione, i contenuti diffusi sulle piattaforme possono essere considerati illegali quando violano le normative nazionali sul gioco d’azzardo, la direttiva sui servizi audiovisivi o le disposizioni in materia di pratiche commerciali sleali.

“Questo contenuto illegale, se verificato come illegale, deve essere rimosso”, è stato precisato durante il dibattito.

Le piattaforme devono inoltre mettere a disposizione degli utenti strumenti accessibili per segnalare eventuali violazioni e garantire che la pubblicità rispetti gli obblighi di trasparenza. La Commissione ha ricordato che **i minori non possono essere destinatari di pubblicità personalizzate basate sul profiling** e che le piattaforme accessibili ai più giovani devono assicurare elevati standard di privacy, sicurezza e protezione.

Per quanto riguarda le grandi piattaforme online, Bruxelles ha evidenziato l’obbligo di valutare e mitigare i rischi sistemici connessi ai propri servizi, compresa la diffusione di contenuti illegali.

“Pertanto la posizione della Commissione è chiara. Non esitiamo ad agire e a intervenire quando le prove ci dicono che le piattaforme non rispettano gli obblighi derivanti dalla legge sui servizi digitali”, è stato affermato.

La Commissione ha infine inserito il tema della pubblicità del gioco all’interno del più ampio dibattito sulla salute mentale dei giovani e dei gruppi vulnerabili in un contesto caratterizzato da un utilizzo sempre più intenso degli strumenti digitali e dei social media.

Secondo Bruxelles, **la tutela della salute mentale di minori, adolescenti e giovani rappresenta una delle priorità dell’esecutivo europeo**. In questo quadro è in preparazione un’indagine dedicata all’impatto dei social media sul

benessere dei più giovani, con l’obiettivo di raccogliere dati utili per approfondire il dibattito.

La Commissione ha richiamato anche i risultati dell’Eurobarometro realizzato nell’aprile 2026 sul tempo trascorso davanti agli schermi, sull’utilizzo dei social media e sulla salute mentale dei giovani. I risultati, pubblicati il 16 giugno, mostrano che la maggior parte dei giovani online è esposta a contenuti pubblicitari. Per quanto riguarda il gioco d’azzardo, secondo quanto riferito durante la discussione, **il 63% dei giovani coinvolti nell’indagine ha dichiarato di essere stato esposto a pubblicità relative al settore.**

Concludendo il proprio intervento, la Commissione ha ribadito che **eventuali decisioni specifiche sulla pubblicità del gioco d’azzardo restano una competenza nazionale** e che la questione sarà comunque oggetto di confronto con gli Stati membri.

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=354245>