

1 Luglio 2026 - 19:31 di Redazione Jamma

Il riordino del gioco pubblico rappresenta un passaggio fondamentale non solo per riorganizzare il quadro normativo, ma anche per consentire al settore di allinearsi all'evoluzione tecnologica. È questo il messaggio lanciato da **Antonio Giuliani** (in foto), direttore dell'Ufficio Gioco a Distanza e Scommesse dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, intervenendo al convegno “Persone in gioco. Connessioni, intrattenimento e nuove forme di partecipazione”, organizzato dall'Osservatorio sul gioco pubblico di SWG in collaborazione con Brightstar.

Nel corso del suo intervento, Giuliani ha ripercorso le tappe principali dell'evoluzione normativa del comparto, evidenziando come una parte consistente delle regole che disciplinano il gioco terrestre sia ormai datata rispetto allo sviluppo delle tecnologie.

“Le regole tecniche degli apparecchi da intrattenimento risalgono al 2013, quelle delle VLT al 2019, mentre le concessioni delle scommesse sono ancora prorogate dal 2016 sulla base di bandi pubblicati nel 2009 e nel 2010. Nel frattempo, nel 2024 sono entrate in vigore le nuove regole del gioco a distanza, spesso oggetto di critiche. Eppure in questi anni la tecnologia ha compiuto un'evoluzione enorme: oggi si parla di intelligenza artificiale, computer quantistici, criptovalute e sistemi informatici sempre più sofisticati, mentre molte delle regole che governano il gioco fisico sono rimaste sostanzialmente quelle di quindici anni fa.”

Secondo il dirigente di ADM, proprio il comparto online rappresenta oggi il segmento più avanzato dal punto di vista delle misure di sicurezza e dei controlli.

Le nuove disposizioni sul gioco a distanza, ha spiegato, hanno introdotto strumenti innovativi e requisiti particolarmente rigorosi. Un cambiamento che può aver richiesto uno sforzo di adattamento agli operatori, ma che ha consentito all'Italia di mantenere un ruolo di riferimento nel panorama internazionale sotto il profilo regolatorio.

Giuliani ha inoltre contestato l'idea secondo cui il canale online sarebbe intrinsecamente meno sicuro rispetto a quello fisico. A suo giudizio, è vero il contrario: proprio le tecnologie digitali consentono oggi di sviluppare sistemi più efficaci per la tutela del giocatore e per la prevenzione dei comportamenti problematici.

“Molti degli strumenti oggi disponibili per il gioco responsabile esistono nel gioco online e non nel gioco terrestre. Se il riordino non verrà approvato continueremo ad avere apparecchi installati nei bar che funzionano con regole pensate oltre dieci anni fa, con sistemi di sicurezza adeguati al contesto di allora ma non più a quello attuale. Gli avvisi sono limitati, così come le misure di protezione a disposizione del giocatore.”

Da qui l’invito ad accelerare il percorso di riforma. Per Giuliani, infatti, il settore e l’industria dispongono già delle competenze necessarie per implementare tecnologie più evolute e anche l’Agenzia delle Dogane e dei Monopoli è pronta a gestire questo cambiamento. Ciò che manca, ha osservato, è un quadro normativo che permetta di introdurre concretamente tali innovazioni.

Il direttore dell’Ufficio Gioco a Distanza e Scommesse ha affrontato anche il tema della comunicazione del gioco legale, precisando che ogni scelta in materia spetta al legislatore, ma evidenziando alcune criticità dell’attuale disciplina.

Secondo Giuliani, il sistema dei divieti sulla pubblicità merita una riflessione, soprattutto alla luce dell’esperienza maturata con la gara per le nuove concessioni del gioco online. In quell’occasione, ha ricordato, anche operatori di primaria importanza hanno incontrato difficoltà nel farsi conoscere in un mercato caratterizzato da forti limitazioni alla comunicazione del gioco autorizzato.

In questo contesto, il decreto legislativo n. 41 del 2024 rappresenta, secondo il dirigente di ADM, un primo segnale di apertura, avendo consentito ai concessionari di promuovere il gioco sicuro, legale e responsabile anche attraverso l’utilizzo del proprio marchio.

Allo stesso tempo, Giuliani ha invitato a evitare che queste possibilità vengano interpretate come un semplice strumento promozionale. A suo avviso, utilizzare tali aperture esclusivamente per finalità pubblicitarie rischierebbe di alimentare ulteriormente la percezione negativa del settore, indebolendo proprio il messaggio di responsabilità che il legislatore intende valorizzare.

Fonte: <https://www.jamma.it/?p=354828>