

Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale

57ª edizione, in vigore dal 6 aprile 2013

La 1ª edizione del Codice risale al 12 maggio 1966

ESTRATTO DAL CODICE DI AUTODISCIPLINA DELLA COMUNICAZIONE COMMERCIALE

Art. 28 *ter* – Giochi con vincita in denaro

La comunicazione commerciale relativa ai giochi con vincita in denaro, autorizzati sul territorio italiano, non deve contrastare con l'esigenza di favorire l'affermazione di modelli di comportamento ispirati a misura, correttezza e responsabilità. Ciò a tutela dell'interesse primario degli individui, ed in particolare dei minori, ad una vita familiare, sociale e lavorativa protetta dalle conseguenze di comportamenti di gioco non responsabile, determinati da eccesso o dipendenza.

La comunicazione commerciale relativa a tali giochi non deve:

1. incoraggiare il gioco eccessivo o incontrollato;
2. negare che il gioco possa comportare dei rischi;
3. omettere di esplicitare le modalità e le condizioni per la fruizione degli incentivi e dei bonus;
4. presentare e suggerire che il gioco sia un modo per risolvere problemi finanziari o personali, o costituisca una fonte di guadagno o di sostentamento alternativa al lavoro, piuttosto che una semplice forma di intrattenimento e di divertimento;
5. indurre a ritenere che l'esperienza, la competenza o l'abilità del giocatore permetta di ridurre o eliminare l'incertezza della vincita o consenta di vincere sistematicamente;
6. rivolgersi o fare riferimento, anche indiretto, ai minori, e rappresentare questi ultimi – o soggetti che appaiano evidentemente tali – intenti al gioco;
7. utilizzare segni, disegni, personaggi e persone, direttamente e primariamente legati ai minori, che possano generare un diretto interesse su di loro;
8. indurre a ritenere che il gioco contribuisca ad accrescere la propria autostima, considerazione sociale e successo interpersonale;
9. rappresentare l'astensione dal gioco come un valore negativo;
10. indurre a confondere la facilità del gioco con la facilità della vincita;
11. fare riferimento a servizi di credito al consumo immediatamente utilizzabili ai fini del gioco.

Tutte le comunicazioni commerciali dei giochi con vincita in denaro devono contenere una chiara e precisa avvertenza che il gioco è vietato ai minori di 18 anni.