
Azzardo e pubblicità, un divieto pesante

Autore: Carlo Cefaloni

Fonte: Città Nuova

Si alza la forte opposizione delle grandi aziende del settore contro il “decreto dignità” del governo. Una “prima incrinatura del muro del profitto” secondo Slot Mob, che invita ad abbattere altre barriere

Vietare la pubblicità dell'azzardo, così come avviene per il tabacco, non è affatto cosa semplice da realizzare in Italia. Il cosiddetto **decreto dignità** proposto dal ministro del Lavoro Luigi Di Maio contiene questa esplicita normativa, mai affrontata nella precedente legislatura se non con progetti di legge bipartisan puntualmente boicottati al momento di andare nella discussione dell'Aula. I limiti affidati a codici di autodisciplina interna si sono rivelati inutili, mentre il divieto introdotto per fasce orarie e tipologia di offerta si è dimostrato una risibile foglia di fico. Se la cosa andrà davvero in porto, vuol dire che dal 2019, ad esempio, non si vedrà più la pubblicità di Lottomatica accanto alla rubrica di Saviano su L'Espresso del gruppo Gedi (**De Benedetti e Agnelli**), mentre una trasmissione di ironico impegno civile come *“Propaganda Live”* non verrà interrotta dalla pubblicità delle scommesse veicolata dal gruppo televisivo di proprietà della **Cairo Communication**. Per non parlare delle imbarazzanti interpretazioni, per proseguire nell'esempio, di **Totti o Buffon** arruolati come testimonial dalle aziende dell'azzardo che ora lanciano la solita accusa di proibizionismo e addirittura di anticostituzionalità della norma. Il divieto di sponsorizzazione dovrebbe impedire anche al [Comitato olimpico nazionale](#) di Malagò di continuare a stringere accordi con l'amministratore delegato di **Lottomatica** per promuovere l'immagine buonista di una azienda che dona soldi ai campi di calcio delle nostre disastrose periferie. Ovviamente la mannaia non scatterà il primo gennaio ma si dovrà attendere il termine dei diversi contratti in essere. Come è facile immaginare, gli uffici legali delle diverse società non attendono altro che un appiglio per chiedere forti risarcimenti dei danni subiti. Sostegno alla specifica scelta del governo Conte arrivano dalla **Consulta nazionale antiusura** che ribadisce un concetto ripetuto più volte negli ultimi anni e cioè che «spot, sponsorizzazioni, avvisi, reclaim, pubblicità sia occulta e sia palese vanno immediatamente vietati senza se e senza ma». Il movimento [Slot Mob](#), tramite un comunicato stampa, invita a riconoscere nel divieto della pubblicità dell'azzardo, una norma che **«favorisce la libertà di stampa dall'influenza diretta e indiretta dei ricchi inserzionisti»**, mentre ribadisce che «l'obiettivo da raggiungere resta quello di [sottrarre l'intero settore dell'azzardo alle imprese strutturalmente orientate al profitto](#)» obbligando a trovare entrate diverse per le casse dello Stato. «Senza tale svolta radicale» - afferma Slot Mob «tutta l'attenzione sulla questione **‘azzardopoli’** in Italia rischia di ridursi in una istanza moralistica destinata ad estinguersi». Per queste ragioni, tale movimento, che si definisce orientato alla **democrazia economica** e alla giustizia sociale, ci tiene a ribadire, in queste stesse ore, che l'abbattimento del muro del profitto «che lucra sulla fragilità altrui» non può non associarsi ad **una visione integrale della dignità umana** che obbliga all'accoglienza dei migranti e a rimuovere altre barriere.