



UNC  
CONSUMATORI.IT

## **GIOCO - Vincere non è mai facile!**

05 Dicembre 2011

### ***Comunicato stampa dell'Unione Nazionale Consumatori***

Roma, 5 dicembre 2011 - "Il gioco d'azzardo non è un prodotto né un servizio e la pubblicità non dovrebbe incitare i consumatori a sfidare la sorte, facendo leva su testimonial rassicuranti e molto amati dal pubblico!" E' quanto dichiara Massimiliano Dona, Segretario dell'Unione Nazionale Consumatori (UNC), in riferimento alla pubblicità "10 e Lotto", in cui il popolare attore Claudio Bisio invita il telespettatore a tentare la fortuna sostenendo che: "vincere è ancora più semplice che giocare".

"A seguito della nostra segnalazione -annuncia Dona- l'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria ha dichiarato che la pubblicità del Lotto veicola un messaggio in contrasto con le norme del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale". Lo spot, infatti, non solo non presta la dovuta cura a bambini ed adolescenti (non specifica ad esempio che ai minorenni è vietato giocare), ma non fornisce neanche i necessari chiarimenti sui pericoli e anzi sembra indurre i destinatari a trascurare le normali regole di prudenza o a diminuire il senso di vigilanza e di responsabilità verso i pericoli. "Sostenere che 'vincere è facile' -continua Dona- alimenta, infatti, false speranze e non ricorda al pubblico che per ogni vincitore si contano innumerevoli sconfitti e alla fine a vincere è soprattutto il banco!".

Dello stesso parere Paola Vinciguerra, presidente dell'Associazione Europea Disturbi da Attacchi di Panico che commenta: "E' contraddittorio il messaggio di alcuni spot che da una parte ti invitano a giocare ma poi, contemporaneamente ti ricordano di farlo 'consapevolmente' quasi a volerti catturare in una rete, ma avvisandoti che potresti farti male. Senza contare, prosegue la psicologa, che la pubblicità influenza i consumatori da tutti i punti di vista incitandoli ad acquistare un'automobile, un oggetto, in questo caso la fortuna, come se fossero alla portata di tutti".

"Apprezziamo alcune campagne di Ministeri e Monopoli di Stato rivolte soprattutto ai più giovani per informare sui rischi delle ludopatie -aggiunge l'avvocato Dona- ma ricordiamo che è lo stesso Stato che legalizza il gioco d'azzardo per far cassa, soprattutto in un periodo di crisi". "E' un giro d'affari enorme -conclude Paola Vinciguerra- che trova terreno fertile proprio in questo momento in cui sono in aumento le persone frustrate, depresse, alle prese con il senso di fallimento e che rischiano, cercando nuovi stimoli ed

illudendosi di risolvere i loro problemi economici con una vincita facile, di sviluppare una dipendenza dal gioco d'azzardo”.