

## **Propunere legislativă pentru modificarea și completarea unor acte normative în domeniul publicității pentru jocurile de noroc**

### **Expunere de motive:**

Publicitatea pentru jocurile de noroc este omniprezentă la televizor, la radio, pe rețelele de socializare, în timpul competițiilor sportive, dar și în stradă. O astfel de publicitate este un pericol pentru sănătatea publică și pentru societate.

Publicitatea pentru jocurile de noroc are cel puțin trei efecte majore:

1. Publicitatea joacă un rol important în recrutarea de noi jucători;
2. Publicitatea influențează comportamentul de joc și încurajează jucătorii să joace mai intens;
3. Publicitatea crește probabilitatea de recidivă în rândul jucătorilor cu dependență de jocuri de noroc;

În plus, publicitatea normalizează jocurile de noroc în societate. Prin publicitate, jocurile de noroc sunt prezentate ca un comportament și o activitate acceptabile din punct de vedere social și cultural. Această situație dăunează mai mult grupurilor vulnerabile precum minorii, tinerii și persoanele dependente de jocurile de noroc.

Organizația Mondială a Sănătății a clasificat dependența de jocurile de noroc drept o afecțiune psihică gravă și, în plus, din cauza creșterii numărului de incidente raportate în România, cum ar fi sinuciderile cauzate de pierderea de bani, pierderea locului de muncă, destrămarea familiilor și pierderea custodiei copiilor.

Un studiu belgian<sup>1</sup> arată că 74% dintre cetățeni cred că publicitatea încurajează oamenii să parieze. 54% dintre cetățeni cred că publicitatea îi face pe oameni să gândească mai pozitiv despre jocurile de noroc (acceptare). În plus, 11% dintre cetățenii care nu au participat în niciun fel la jocuri de noroc spun că, datorită influenței publicității, ar dori să joace în viitor. În rândul studenților, această cifră crește la 14,8%, în rândul celor de 25-34 de ani la 17,3% și în rândul persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă la 28,9%.

Mai mult, această cercetare arată că, cu cât comportamentul de joc este mai intens, cu atât jucătorii sunt mai influențați de mesajele publicitare. 56% dintre jucătorii intensivi au pariat mai mult după ce li s-a oferit un bonus, 46% după ce au primit un e-mail de la o companie de jocuri de noroc și 39% după ce au vizionat reclame pentru jocuri de noroc. Aproximativ unul

---

<sup>1</sup> VELGHE, J., Jocuri de noroc (online). Noi oportunități, noi amenințări. Concluzii și recomandări, AB-REOC, 2017;

din trei jucători lasă comportamentul lor de joc să fie influențat de publicitate, atât stradală, cât și în audiovizual.

Consiliul Superior de Sănătate din Belgia, în Raportul său nr. 9396 privind tulburările legate de jocurile de noroc (2017), a recomandat interzicerea reclamelor la jocurile de noroc. Conform concluziilor acestui raport, este esențial să se reducă accesibilitatea, în special pentru tineri, și acceptarea jocurilor de noroc. Potrivit Consiliului Superior de Sănătate, publicitatea joacă un rol important în acceptarea și normalizarea jocurilor de noroc și, prin urmare, ar trebui interzisă.

Prevederile referitoare la publicitatea pentru jocurile de noroc sunt parțial inspirate de reglementările privind publicitatea pentru tutun adoptate în Directiva 2003/33/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 26 mai 2003 privind armonizarea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre în materie de publicitate și sponsorizare în favoarea produselor din tutun. Cercetările privind impactul publicității la tutun asupra comportamentului de fumat arată că publicitatea este responsabilă pentru 40% din obiceiul de fumat al adolescenților. Potrivit acestui studiu, publicitatea pentru tutun pe panouri publicitare, la evenimente sportive și TV, în reviste și chiar simpla ștampilare a numelui pe îmbrăcăminte determină dacă copiii cu vârsta cuprinsă între 12 și 16 ani încep sau nu să fumeze. Cu cât reclama este mai atractivă, cu atât îi încurajează pe tineri să fumeze. Constatăm că publicitatea pentru jocuri de noroc are un impact similar asupra comportamentului de jocuri de noroc al tinerilor și al persoanelor vulnerabile.

Așadar, considerăm că este crucial ca Legea nr. 504/2002 privind audiovizualul să fie modificată în consecință

În plus, prin intermediul modificărilor aduse Legii nr. 148/2000 privind publicitatea, s-au instituit restricții clare în ceea ce privește publicitatea la produsele nocive, cum ar fi tutunul și alcoolul, precum și la alte factori care pot afecta negativ societatea. Cu toate acestea, majoritatea reclamelor amplasate pe străzile din România sunt orientate către promovarea cazinourilor, a pariurilor și a diferitelor forme de jocuri de noroc, ceea ce poate contribui la creșterea dependenței, mai ales în rândul minorilor. Prin urmare, considerăm că este necesar să se interzică orice tip de publicitate pentru astfel de activități.

Ținând cont de toate cele menționate anterior, considerăm că și Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 77/2009 privind organizarea și exploatarea jocurilor de noroc trebuie modificată pentru a interzice reclama la jocuri de noroc.

Totodată, până la momentul inițierii prezentei propuneri legislative, peste 154.000 de cetățeni au semnat o petiție online inițiată de comunitatea Declic.

din trei jucători lasă comportamentul lor de joc să fie influențat de publicitate, atât stradală, cât și în audiovizual.

Consiliul Superior de Sănătate din Belgia, în Raportul său nr. 9396 privind tulburările legate de jocurile de noroc (2017), a recomandat interzicerea reclamelor la jocurile de noroc. Conform concluziilor acestui raport, este esențial să se reducă accesibilitatea, în special pentru tineri, și acceptarea jocurilor de noroc. Potrivit Consiliului Superior de Sănătate, publicitatea joacă un rol important în acceptarea și normalizarea jocurilor de noroc și, prin urmare, ar trebui interzisă.

Prevederile referitoare la publicitatea pentru jocurile de noroc sunt parțial inspirate de reglementările privind publicitatea pentru tutun adoptate în Directiva 2003/33/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 26 mai 2003 privind armonizarea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre în materie de publicitate și sponsorizare în favoarea produselor din tutun. Cercetările privind impactul publicității la tutun asupra comportamentului de fumat arată că publicitatea este responsabilă pentru 40% din obiceiul de fumat al adolescenților. Potrivit acestui studiu, publicitatea pentru tutun pe panouri publicitare, la evenimente sportive și TV, în reviste și chiar simpla ștampilare a numelui pe îmbrăcăminte determină dacă copiii cu vârsta cuprinsă între 12 și 16 ani încep sau nu să fumeze. Cu cât reclama este mai atractivă, cu atât îi încurajează pe tineri să fumeze. Constatăm că publicitatea pentru jocuri de noroc are un impact similar asupra comportamentului de jocuri de noroc al tinerilor și al persoanelor vulnerabile.

Așadar, considerăm că este crucial ca Legea nr. 504/2002 privind audiovizualul să fie modificată în consecință

În plus, prin intermediul modificărilor aduse Legii nr. 148/2000 privind publicitatea, s-au instituit restricții clare în ceea ce privește publicitatea la produsele nocive, cum ar fi tutunul și alcoolul, precum și la alte factori care pot afecta negativ societatea. Cu toate acestea, majoritatea reclamelor amplasate pe străzile din România sunt orientate către promovarea cazinourilor, a pariurilor și a diferitelor forme de jocuri de noroc, ceea ce poate contribui la creșterea dependenței, mai ales în rândul minorilor. Prin urmare, considerăm că este necesar să se interzică orice tip de publicitate pentru astfel de activități.

Ținând cont de toate cele menționate anterior, considerăm că și Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 77/2009 privind organizarea și exploatarea jocurilor de noroc trebuie modificată pentru a interzice reclama la jocuri de noroc.

Totodată, până la momentul inițierii prezentei propuneri legislative, peste 154.000 de cetățeni au semnat o petiție online inițiată de comunitatea Declic.

Potrivit petiției, “Interziceți reclamele la jocuri de noroc și pariuri sportive!”, “(...) Spre deosebire de România, țări ca Marea Britanie au înțeles cât de dăunătoare pentru minori este publicitatea la jocuri de noroc. Așa că vedetele din sport sau showbiz nu mai pot promova case de pariuri sau jocuri de noroc. De asemenea, în 2021, Republica Moldova a interzis toate tipurile de publicitate la orice formă de jocuri de noroc.

Dependența de jocuri de noroc este o boală. Deși prea puțini o văd așa. De aceea, în afară de un studiu plătit de industrie în 2016, nici nu există statistici naționale actualizate pentru cei care se confruntă cu o astfel de adicție. Însă, psihiatrții spun că cel puțin 7 din 10 dependenți de pariuri sau jocuri de noroc care se lasă revin la vechiul obicei.(...)”

Astfel, este evident că trebuie luate măsuri pentru a interzice publicitatea la jocurile de noroc.

Prin prezenta propunere legislativă stabilim o regulă foarte clară: publicitatea la jocurile de noroc este interzisă.

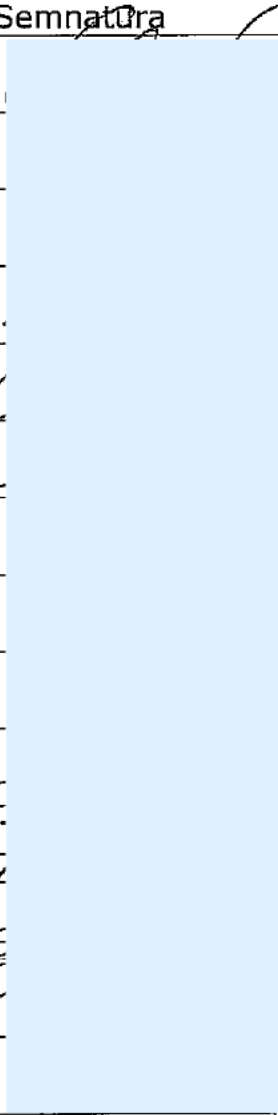
Având în vedere argumentele prezentate mai sus, înaintăm Parlamentului României, spre dezbatere și adoptare, prezenta propunere legislativă.

Inițiator:

Ionel Dăneș



PROPOUNERE LEGISLATIVĂ PENTRU MODIFICAREA ȘI  
 COMPLETAREA UNOR ACTE NORMATIVE ÎN DOMENIUL  
 PUBLICITĂȚII PENTRU JOCURILE DE NOROC

Nr.	Nume și prenume	Deputați	Semnatura
1	CODRIC ORBAN	GDID	
2	Antonel Ionescu	GDID	
3	GEORGE IONESCU	GDID	
4	CLAUDIU CHIRA	GDID	
5	Rusu Daniel Ghe	GDID	
6	FRĂIASU GABRIEL	GDID	
7	BAHCA IONEL	GDID	
8	Kecsis ALEXANDRU	GDID	
9	BOZA BOGDAN	GDID	
10	MIUTESCU GHE. ADRIAN	GDID	
11	SOVĂȚALĂ CĂTĂLIN	GDID	
12	Stefan Ios	GDID	
13.	Klloketa Albarada		
14	Adrian Gros	Senator Forța Dreptii	