

Salvați Copiii solicită autorităților măsuri urgente pentru combaterea dependenței de jocuri de noroc la minori. 14% dintre copii admit că au jucat jocuri de noroc pe bani, 40% dintre ei spun că au prieteni care practică jocuri de noroc pe bani

- Majoritatea copiilor cu vârsta peste 10 ani au văzut publicitate la jocuri de noroc, atât la televizor, cât și pe internet.
- „Păcănelele” sunt cel mai popular joc de noroc pe bani pentru copii, urmat de pariurile sportive, deși minorii nu ar trebui să aibă acces în agenții.
- 11% dintre copii urmăresc influenceri care promovează jocuri de noroc pe bani, iar 10% au resimțit presiune de la prieteni să înceapă să joace.
- 6 din 10 copii știu că există restricții de vârstă în accesul la jocuri de noroc, iar aproape 4 din 10 au vorbit cu persoane de încredere despre impactul acestora asupra lor.

București, 28 noiembrie 2023: Deși doar 14% dintre copii au recunoscut că au practicat jocuri de noroc pe bani, impactul fenomenului este mult mai amplu, 40% dintre ei menționând că au prieteni implicați în astfel de activități, conform celei mai recente anchete sociologice realizate de Salvați Copiii. Cu atât mai îngrijorător este faptul că majoritatea copiilor care au recunoscut că participă la astfel de jocuri au acces la agenții specializate, încălcând astfel legislația care interzice accesul în agențiile de jocuri de noroc până la vârsta de 18 ani. Accesul minorilor la jocurile de noroc e posibil, fie din neglijență, fie din dorința angajaților acestor agenții de a crește profiturile, ignorând astfel impactul negativ profund pe care îl au jocurile de noroc asupra copiilor. Această problemă subliniază necesitatea unei monitorizări mai atente a acestor agenții, o limitare a expunerii copiilor la publicitatea acestor practici și adoptarea urgentă a proiectului de lege care prevede o distanță minimă de 300 de metri între spații în care se practică jocurile de noroc și unitățile de învățământ.

„Dependența de jocuri de noroc este o problemă gravă care poate avea un impact devastator asupra vieții copiilor. Este esențial să luăm măsuri urgente pentru a proteja copiii de această amenințare. Solicităm autorităților să deblocheze inițiativele legislative care vizează protejarea copiilor de expunerea excesivă la publicitate la jocuri de noroc, inclusiv interzicerea amplasării sălilor de jocuri de noroc în apropierea școlilor. De asemenea, cerem aplicarea legilor care interzic jocurile de noroc persoanelor sub 18 ani și reglementarea publicității la jocurile de noroc”, a declarat Gabriela Alexandrescu, Președinte Executiv Salvați Copiii România.

Expunerea copiilor la reclamele jocurilor de noroc atinge cote alarmante, inclusiv pe medii precum publicitatea stradală, televiziune și internet. Mai mult, 11% dintre copii admit că urmăresc influenceri promovând jocuri de noroc pe bani, 10% resimt presiune din partea prietenilor, iar aceeași proporție are membri în familie implicați în aceste activități.

Conform sondajului online*:

- 7 din 10 copii spun că au văzut publicitate stradală la jocurile de noroc
- 4 din 10 copii spun că au un prieten care joacă pe bani
- 1 din 10 copii are un membru al familiei care joacă jocuri de noroc pe bani
- Băieții raportează o implicare mai mare în jocurile de noroc pe bani în comparație cu fetele (22% vs. 9%).

- Copiii cu vârsta de 14 ani și peste au o frecvență semnificativ mai mare de practicare a jocurilor de noroc comparativ cu cei mai tineri (18% vs. 6%).
- Copiii din mediul rural sunt mai predispuși la jocurile de noroc pe bani în comparație cu cei din mediul urban (17% vs. 13%).

„Dependența de jocuri de noroc la copii este o problemă complexă, cu cauze multiple. Expunerea la publicitatea la jocurile de noroc, care creează iluzia că banii se pot obține în mod facil, presiunea socială din partea prietenilor și a familiei, dar și lipsa de cunoștințe despre riscurile jocurilor de noroc sunt factori care pot contribui la apariția acestei dependențe. Mai mult, odată intrat într-o agenție de jocuri de noroc, tot mediul este creat ca să joci cât mai mult și ca să revii: lipsa luminii naturale, pentru activarea anumitor neurostimulatori, recompense dulci gratuite, care activează o anumită zonă din creier care te face să te simți bine, mirosurile, totul creează o atmosferă de transă în care raționalul nu are putere”, a declarat dr. Emilian Voiculescu, membru al Federației Române de Psihoterapie și al Asociației Române de Psihoterapie Psihanalitică.

Publicitatea la jocurile de noroc

În 2022, cheltuielile în acest sectorul de Jocuri de Noroc au atins suma de 28 de milioane de euro, agențiile de jocuri de noroc situându-se în topul celor mai mari cheltuitori în publicitate. Spre exemplu, sectorul de telecomunicații a alocat 30 de milioane de euro pentru publicitate, iar sectorul HoReCA 16 milioane de euro, conform Initiative Media Factbook 2023.

- În intervalul noiembrie 2022 - octombrie 2023, s-au difuzat 470.970 de spoturi TV, totalizând 2.377 de ore, echivalentul a 99 de zile continue de difuzare.
- Publicitatea OOH (Out Door Advertising) a inclus 2.770 de mesh-uri.
- Publicitatea DOOH (Digital Out of Home): reclamele DOOH au avut o expunere de 110.639 de ore, în creștere față de perioada anterioară, realizată pe 4.869 de platforme.
- Publicitatea Digitală a atins 387,5 milioane de spoturi, comparativ cu 203,9 milioane în anul precedent, cu 31 de milioane de spoturi pe Facebook, 60,5 milioane pe YouTube, iar restul pe canale locale de difuzare.

Publicitatea omniprezentă, stradală sau distribuită prin social-media, creează, în rândul copiilor și adolescenților, percepția că jocurile de noroc reprezintă o activitate normală, distractivă și o cale rapidă de a câștiga bani, creând astfel premisele practicării repetate a acestor activități, chiar în condițiile încălcării legii. Copiii și adolescenții sunt într-o fază de dezvoltare a autocontrolului și a puterii de a conștientiza efectele negative ale anumitor practici, fiind cei mai vulnerabili la dezvoltarea comportamentelor adictive, printre care se numără, alături de consumul de droguri, de tutun ori de alcool, și jocurile de noroc.

Organizația Salvați Copiii a inițiat campania "Joacă, nu jocuri" și solicită autorităților:

- Deblocarea inițiativelor din Parlamentul României pentru impunerea distanței de 300 de metri între agențiile de jocuri de noroc și școli.
- Aplicarea cu strictețe a legilor existente care impun vârsta minimă de 18 ani pentru participarea la jocurile de noroc și crearea unui mecanism eficient de control inopinat în aceste agenții.
- Reglementarea strictă a publicității, inclusiv interzicerea reclamelor pe medii OOH, prin influenceri și prin plasare de produs la emisiuni la ore de maximă audiență.

La campanie s-au alăturat activ Colegiile Naționale Gheorghe Lazăr, I.L. Caragiale, Jean Monnet și Mihai Viteazu, alături de Colegiul Alexandru Ioan Cuza.

De asemenea, s-au alăturat campaniei și au contribuit cu implicarea lor activă mai mulți influenceri, printre care se numără Silviu Istrate (Faiăr), Bianca Adam, Maria Zvânca, Aluziva, Mihaela Prisecaru, Miruna Drăguleanu, Vlad Grigore, Alex Ciobanu, Edi Brandabura, Oana Nicolau, Otniela Sandu, Mara Calli, Deni Sandu și Bianca Sava.

*Sondajul de opinie a fost efectuat în intervalul 22-25 noiembrie asupra a 1.097 de respondenți cu vârste între 10 și 17 ani

Despre Salvați Copiii România

De 33 de ani, Salvați Copiii România construiește programe sociale, politici publice și practici solide în beneficiul copilului din România. Expertiza și complexitatea proiectelor la nivel național fac din organizație o instituție socială esențială, al cărei rol este medierea între societate și autoritatea publică, în beneficiul copilului. În cele peste trei decenii de activitate, Salvați Copiii a intervenit activ în societate, identificând soluții concrete pentru protejarea și sprijinirea copiilor vulnerabili, și a militat, în același timp, pentru o colaborare viabilă cu autoritățile decidente, pentru asigurarea interesului superior al copilului. Salvați Copiii și-a asumat rolul de supraveghere vigilentă a autorităților publice, în așa fel încât acestea să implementeze politici publice de durată care să corecteze cauzele care duc la vulnerabilizarea copiilor. Totodată, organizația a reușit să creeze rețele active de solidaritate, prin încurajarea responsabilității sociale a companiilor și a societății, în sens larg. În calitate de membru al Save the Children, cea mai mare organizație independentă din lume care promovează drepturile copilului și care cuprinde 30 de membri și desfășoară programe în peste 120 de țări, VIZIUNEA noastră este o lume care respectă, pentru fiecare copil, dreptul său la supraviețuire, educație, protecție și participare, asumându-ne MISIUNEA de a obține progrese importante privind modul în care copiii sunt tratați și producerea schimbărilor imediate și de durată în viața acestora. Peste 3.369.000 de copii au fost implicați în programele și campaniile Organizației Salvați Copiii.