

Nueva versión del proyecto de Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de las actividades de juego

El Gobierno endurece su proyecto de regulación de la publicidad, la promoción y el patrocinio del juego online: repasamos las nuevas restricciones

Ponte en contacto con PwC Tax & Legal Services:

Patricia Manca

Socia de New Law, responsable del Sector Entretenimiento y Medios

patricia.manca.diaz@pwc.com

Álvaro Arroyo

Senior Associate, especialista en el Sector del Juego

alvaro.arroyo.sanchez@pwc.com

Introducción

Tras el análisis que realizamos en este [post](#) anterior, el Ministerio de Consumo ha publicado una nueva versión de su proyecto de Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de las actividades de juego (el “**Nuevo Real Decreto**”), cuyo texto incluye varias modificaciones del articulado presentado el pasado 24 de febrero de 2020, tendentes en su mayoría a endurecer las restricciones a la publicidad, promoción y patrocinio de la actividad de juego online, aplicadas inicialmente por dicho texto legal.

El Nuevo Real Decreto, que fue enviado el pasado 9 de julio de 2020 para su tramitación por la Comisión Europea y cuyo texto ya ha sido aprobado sin modificaciones, se encuentra ahora pendiente del Informe del Consejo de Estado para poder ser sometido a la aprobación del Consejo de Ministros para su **entrada en vigor**, votación que se encuentra **prevista para el próximo mes de octubre**.

Nuevas e importantes restricciones

Acogiendo gran parte de las severas restricciones a las actividades de promoción y a las comunicaciones comerciales de actividades de juego que fueron aplicadas en el marco de la declaración del estado de alarma provocado por la crisis del COVID-19 el pasado 31 de marzo, el Nuevo Real Decreto incluye las siguientes novedades con respecto a su texto inicial:

- i. Se prohíbe el **patrocinio** en camisetas o **equipaciones deportivas**.
- ii. Se prohíbe la realización de las **actividades de promoción dirigidas a la captación** de nuevos clientes.
- iii. Se permite la realización de **actividades de promoción dirigidas a la fidelización** de clientes existentes siempre que los destinatarios, de forma acumulada: (a) tengan una cuenta de juego abierta con una antigüedad de, al menos, un mes, (b) hayan sido verificados documentalmente, y (c) hayan realizado un mínimo de tres depósitos.
- iv. Se prohíben las **comunicaciones comerciales que**, además de presentar ofertas de préstamos o cualquier otra modalidad de crédito a los participantes, deriven a enlaces u otros sitios en los que se **ofrezcan préstamos o créditos de forma rápida e instantánea**.



Esta nueva versión acoge gran parte de las severas restricciones a la publicidad y promoción de la actividad de juego que fueron aplicadas a los operadores durante el estado de alarma provocado por la crisis del COVID-19.

v. En respuesta a las dudas que planteaba el texto inicial del proyecto, se aclara que (a) no se consideran **comunicaciones comerciales** los **productos de juego** que se anuncien exclusivamente en la página web .es o app desde donde los operadores ofrezcan actividades de juego, y (b) se consideran, asimismo, comunicaciones comerciales a través de medios presenciales sujetas al Nuevo Real Decreto las difundidas a través de **instrumentos de megafonía o en folletos, revistas, diarios** y soportes similares.

vi. Respecto a la prohibición para los operadores de utilizar marcas, nombres comerciales o cualquier otra clase de imagen comercial para identificarse y diferenciarse de otros operadores (sin que estas sean de su propiedad o de su Grupo), se excluyen las **comunicaciones comerciales de juegos específicos comercializados por el operador**.

El **plazo** otorgado a los operadores para adaptarse a lo anterior **se amplía de uno a tres meses**, desde la entrada en vigor del Nuevo Real Decreto.

v. Se añaden **nuevos criterios para considerar prohibida una comunicación comercial**, las cuales no podrán: (a) transmitir **tolerancia** respecto al juego en entornos educativos o de trabajo, (b) sugerir que el juego puede mejorar las habilidades personales o el **reconocimiento social**, (c) incluir **contenido sexual** en las comunicaciones comerciales ni vincular el juego a la seducción, al éxito sexual o al incremento del atractivo, (d) presentar **el juego como indispensable, prioritario o importante** en la vida, ni (e) **presentar la familia o las relaciones sociales como secundarias** respecto del juego.

vi. La **emisión, emplazamiento o difusión del patrocinio** mediante comunicaciones comerciales **a través de medios presenciales** en estadios, instalaciones o recintos deportivos de cualquier tipo deberá ajustarse a las limitaciones horarias y los requisitos establecidos en el Nuevo Real Decreto para las modalidades de servicios de comunicación audiovisual.

vii. Las **comunicaciones comerciales a través de medios presenciales** deberán cumplir tanto el Nuevo Real Decreto, como la regulación sobre publicidad de juego a través de dichos medios que, en su caso, impongan los **reguladores autonómicos, a excepción de SELAE y ONCE** (que sólo estarán sujetas a lo dispuesto en el Nuevo Real Decreto).

En este sentido, **se modifican las excepciones** incluidas en el texto original a la aplicación del Nuevo Real Decreto **en cuanto a comunicaciones comerciales a través de medios presenciales** (que incluían, inicialmente, las realizadas en ferias, eventos específicos del Sector o en establecimientos presenciales de juego), quedando exceptuadas únicamente de cumplir dicha normativa las comunicaciones comerciales que se realicen en aplicación de un determinado patrocinio deportivo dentro de instalaciones deportivas o las que se difundan en revistas, diarios o soportes similares de ámbito estatal (y cuya actividad principal sea la oferta de productos o información sobre actividades de juego).

viii. Se **eliminan las salvedades para la difusión de comunicaciones comerciales en acontecimientos en directo a través de servicios de comunicación audiovisual**, las cuales sólo podrán emitirse durante la franja horaria general de 01:00 a 05:00 horas.

Esta restricción horaria **resultará de aplicación**, asimismo, a las comunicaciones comerciales de cualquier tipo, difundidas o emplazadas físicamente, **que resulten capturadas por la retransmisión audiovisual**.



Está previsto que el Nuevo Real Decreto, a cuyo texto la Comisión Europea ha dado luz verde sin modificaciones, sea sometido a votación en el Consejo de Ministros para su aprobación definitiva el próximo mes de octubre.

- ix. En cuanto a las **comunicaciones comerciales en servicios de la sociedad de la información** (e.g. páginas web), quedan **prohibidas con carácter general**, salvo (entre otros): (a) cuando se emplacen en las páginas web o apps de los operadores o medios de comunicación que sirvan de soporte al juego de concursos, (b) cuando se emplacen en páginas web o apps cuya actividad principal sea la oferta de productos o información sobre actividades de juego (siempre y cuando estas páginas web o apps cumplan con el Nuevo Real Decreto), (c) cuando sean el resultado ofrecido por motores de búsqueda (con las especificaciones incluidas en el Nuevo Real Decreto).
- x. Respecto a las **comunicaciones comerciales a través de servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma** (e.g. YouTube, Twitch), se establece un **doble control**:
1. Solo podrán utilizarse **plataformas** que cuenten con (a) instrumentos para evitar que esas comunicaciones se dirijan a menores de edad, (b) mecanismos de bloqueo u ocultación de anuncios emergentes por parte de sus usuarios y (c) herramientas que permitan establecer modelos de control de franjas horarias.
 2. Las **cuentas o canales de dichas plataformas** sólo podrán realizar comunicaciones comerciales audiovisuales de operadores de juego cuando: (a) su actividad principal consista en ofrecer contenidos sobre actividades de juego, (b) utilicen todos los mecanismos disponibles en la plataforma para evitar el acceso de los menores de edad a su cuenta o canal y (c) difundan en dicha cuenta o canal, de manera periódica, mensajes sobre juego responsable.
- xi. Respecto a las **comunicaciones comerciales en redes sociales**, se aplican reglas similares a las señaladas anteriormente para las plataformas de intercambio de vídeos, incluyendo **restricciones adicionales a las cuentas de usuario que difundan comunicaciones comerciales de operadores de juego**, las cuales sólo podrán remitir dichas comunicaciones a: (a) usuarios que sigan, en dichas redes, las cuentas o canales oficiales de un operador o de páginas web o aplicaciones cuya actividad principal sea la oferta de productos o información sobre actividades de juego, y (b) personas que se hayan registrado con un operador o con páginas web o apps cuya actividad principal sea la oferta de productos o información sobre actividades de juego, y formen parte de su cartera de clientes existentes.
- Asimismo, la aplicación del Nuevo Real Decreto será **diferente en función de si la actividad o finalidad principal de la red social** consiste en permitir que sus usuarios compartan contenido de cualquier tipo, o si este es específico sobre actividades de juego (estas últimas serán consideradas como página web a los efectos del Nuevo Real Decreto).
- xii. En cuanto a los **acuerdos a suscribir con Tipsters**, o pronosticadores de apuestas, estos no podrán ser suscritos con personas cuya relevancia pública no haya sido adquirida por su condición de tal.
- xiii. En cuanto a los **plazos de adaptación** de la operativa de los operadores a lo dispuesto en el Nuevo Real Decreto, **se modifican** los siguientes plazos: (a) la **adaptación de las campañas publicitarias** a las restricciones respecto a la utilización de personas o personajes famosos o de notoriedad pública se reduce de tres meses a un mes, desde la entrada en vigor del Nuevo Real Decreto, y (b) la **adaptación de los modelos de fidelización de clientes existentes** deberá hacerse en el plazo de 3 meses desde la entrada en vigor del Nuevo Real Decreto.



Sólo en España, el sector del Juego mueve más de 32.300 millones de euros, emplea a más de 85.000 personas y contribuye con más de 1.250 millones de euros en impuestos a las arcas estatales.

Un futuro incierto

Sólo en España, el sector del Juego mueve más de 32.300 millones de euros, emplea a más de 85.000 personas y contribuye con más de 1.250 millones de euros en impuestos a las arcas estatales.

No obstante, dado que **el Sector presenta una correlación directa con la renta disponible e inversa con la tasa de paro**, no cabe duda de que la inestabilidad económica es un factor de riesgo sectorial. Con la coyuntura actual, donde para el año 2020 el Fondo Monetario Internacional estima una bajada del 12,8% del PIB en España, **se prevé una caída del sector en torno al -40% en 2020.**

Ante esta situación, no cabe duda de que la intervención estatal será clave en el ritmo de recuperación del Sector. Por tanto, la aplicación de medidas como las anteriores, que inciden directamente en la capacidad de los operadores del Sector de generar ingresos (y, correlativamente, limitan las vías de financiación del resto de agentes vinculados al Sector – por ejemplo, medios de comunicación, entidades deportivas, etc. -) supondrán trabas adicionales a un Sector que ya viene siendo históricamente castigado y, desafortunadamente, tampoco mitigarán uno de sus problemas principales, como es su concepción social negativa y la falta de entendimiento de su realidad.

El presente documento ha sido preparado a efectos de orientación general sobre materias de interés y no constituye asesoramiento profesional alguno. No deben llevarse a cabo actuaciones en base a la información contenida en este documento, sin obtener el específico asesoramiento profesional. No se efectúa manifestación ni se presta garantía alguna (de carácter expreso o tácito) respecto de la exactitud o integridad de la información contenida en el mismo y, en la medida legalmente permitida. Landwell - PricewaterhouseCoopers Tax & Legal Services, S.L., sus socios, empleados o colaboradores no aceptan ni asumen obligación, responsabilidad o deber de diligencia alguna respecto de las consecuencias de la actuación u omisión por su parte o de terceros, en base a la información contenida en este documento o respecto de cualquier decisión fundada en la misma.

© 2020 Landwell - PricewaterhouseCoopers Tax & Legal Services, S.L. Todos los derechos reservados. "PwC" se refiere a Landwell - PricewaterhouseCoopers Tax & Legal Services, S.L., firma miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.