

nota informativa

Barcelona, 4 de noviembre 2020

Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego

Finalmente ha sido aprobado y publicado en el BOE el Real Decreto de Comunicaciones Comerciales que analizamos a continuación en base a su texto final:

1. Se **prohíbe el patrocinio en el nombre de instalaciones, equipos o competiciones deportivas, camisetas o equipaciones deportivas**. Se puede hacer patrocinio fuera del ámbito de las prohibiciones. Los contratos de patrocinio existentes se podrán mantener en vigor hasta el **31 de agosto de 2021**.
2. Se **prohíbe cualquier tipo de promoción para captar a nuevos clientes**, entre ellos los "bonos de bienvenida".
3. Se **permite la promoción dirigida a clientes existentes** (bonos de fidelización), siempre que se cumplan dos requisitos: (i) que el cliente tenga una cuenta abierta con una antigüedad mínima de 30 días; (ii) que haya sido verificado documentalmente.
4. Solo se pueden ofrecer **juegos gratuitos** a clientes registrados.
5. Se prohíbe la utilización de **personajes famosos reales o de ficción**. No obstante, para los contratos publicitarios existentes se permitirán estas comunicaciones comerciales hasta el **1 de abril de 2021**.
6. Se **limita a la franja horaria de la 1 a las 5 de la mañana la posibilidad de emitir comunicaciones comerciales por medios de comunicación audiovisual o durante eventos deportivos en vivo**. Asimismo, quedarán sujetas a la misma restricción horaria las comunicaciones comerciales de cualquier tipo, difundidas o emplazadas físicamente, que resulten capturadas por una retransmisión audiovisual.
7. Las comunicaciones comerciales a través de medios presenciales deberán **cumplir además de con el Real Decreto y la normativa estatal, con la regulación sobre publicidad de juego impuesta por cada Comunidad Autónoma**. Asimismo, las comunicaciones que se realicen en aplicación de un determinado patrocinio deportivo dentro de instalaciones deportivas o se difundan en revistas, periódicos o medios de comunicación similares especializados en juegos de azar y de ámbito estatal, no tendrán la obligación de cumplir con la normativa autonómica sobre publicidad, sino únicamente la nacional.
8. Se **prohíbe a los operadores el uso de marcas o nombres comerciales que no sean de su propiedad**. Cabe mencionar que los operadores cuentan con un **período de**



transición de 6 meses desde la entrada en vigor del Real Decreto para cumplir con esta obligación.

9. Serán posibles las **comunicaciones comerciales que se realicen a través de servicios digitales** cuando:
- a. Los anuncios que se incluyan en los **sitios web con dominio “.es” de los operadores autorizados y en sus aplicaciones móviles**.
 - b. Anuncios en **páginas web o apps cuya actividad principal sea la oferta de productos o información sobre actividades de juego** siempre que cuenten con mecanismos para impedir el acceso de menores y difundir mensajes sobre juego seguro.
 - c. Anuncios en **páginas web o apps cuya actividad principal sea ofrecer información sobre eventos deportivos o hípicas** utilizando una sección específica.
 - d. Las que sean fruto de **resultados de búsqueda**. Si lo son mediante acciones de SEM las palabras clave utilizadas deben estar relacionadas de forma directa con el juego.
 - e. Las que sean enviadas por **correo electrónico u otro medio equivalente**.
 - f. Las que se difundan como **comunicaciones comerciales audiovisuales en plataformas de intercambio de video**. Con las siguientes restricciones: (i) deben contar con mecanismos para impedir que las comunicaciones comerciales se dirijan a menores; (ii) mecanismos para ocultar o bloquear anuncios emergentes de sus usuarios; (iii) mecanismos de control de franjas horarias.
 - g. Las que se difundan como **comunicaciones comerciales audiovisuales en redes sociales**. Con las siguientes restricciones: (i) deben contar con mecanismos para impedir que las comunicaciones comerciales se dirijan a menores; (ii) mecanismos para ocultar o bloquear anuncios emergentes de sus usuarios; (iii) que cuenten con herramientas que permitan segmentar el público al que se dirigen y se dirijan solo a las personas que sigan el canal de un operador, personas que hayan manifestado un interés o personas registradas con un operador.
10. **Se podrán suscribir acuerdos publicitarios** con pronosticadores de apuestas. Estos no podrán ser personas famosas.
11. El Real Decreto **entra en vigor al día siguiente de su publicación, 5 de noviembre, no obstante, hay muchas excepciones** a este respecto y muchas previsiones que entran en vigor posteriormente. Las estamos analizando con detalle y en breve informaremos.

Sin duda se trata de un marco excesivamente restrictivo y esperamos que su aplicación e interpretación por parte de la DGOJ sea un poco más flexible en los casos dudosos. Desde ECIJA hemos elaborado un listado de consultas a tramitar con la DGOJ dado que la realidad de este sector es muy viva y vemos una variedad de situaciones que requieren de una interpretación de la DGOJ. Es necesario delimitar bien el marco de lo permitido. Las sanciones aplicables a este sector son muy elevadas, desproporcionadas en algunos casos y, por tanto, antes de que los criterios y precedentes estén bien asentados, recomendamos que los operadores verifiquen bien cualquier actuación de publicidad que pudiera infringir la nueva normativa.

Área de Gaming & Gambling

+34 933 808 255

info@ecijalegal.com