

**Presentación de la modificación del código de autorregulación sobre  
Comunicaciones Comerciales de la Actividad del Juego**

## Medidas de control de la publicidad en radio, televisión e internet

### Protección de menores

No podrán aparecer en los anuncios:

- ✓ **Menores de edad**. Tampoco podrán estar protagonizados por **menores de 25 años**.
- ✓ Personas reconocibles por su **notoriedad pública** y **que participen en espacios infantiles** en medios de comunicación o cuya actividad se centre en menores.

### Limitaciones en franjas horarias

- ✓ Se refuerzan las limitaciones en **directos televisados y online**, emitidos antes de las 22h.

### Veracidad:

- ✓ Las comunicaciones comerciales y autopromociones **deberán incluir todos los elementos esenciales de los términos y condiciones de los bonos o promociones**, entendiendo por esenciales aquellos que afecten de forma directa a la vigencia de la oferta, la redención de dichos bonos y las eventuales ganancias, entre otros: plazos de redención del bono si los tuvieran, importes relevantes (por ejemplo, depósito mínimo requerido), cuota mínima, veces que ha de ponerse en juego la cantidad, y en su caso, límites al importe liberado (ej.: cantidad máxima, descuento del importe de bono, etc.).

# Medidas de control de la publicidad en radio, televisión e internet

## Principios de juego responsable

- ✓ No incluirán la presencia de **deportistas en activo** realizando actividades de juego o prescribiendo las mismas.
- ✓ Durante las retransmisiones en directo no podrán realizarse comunicaciones comerciales que **difundan bonos o promociones de cualquier tipo dentro de la propia retransmisión.**
- ✓ Los bonos de bienvenida utilizados en comunicaciones comerciales de bingo, juego de ruleta, punto y banca, black jack, póquer, apuestas de contrapartida deportivas o hípcas, máquinas de azar y apuestas cruzadas se **limitan a un máximo de 200€.**

### Adicionalmente a las ya establecidas de:

- ✓ Se prohíben las comunicaciones comerciales o autopromociones de **explotación del sufrimiento** o de sugerir que el juego es una **vía de escape** de problemas personales, educativos, de soledad.
- ✓ Se prohíbe sugerir que el juego puede ser una **solución a problemas financieros** o dar a entender que las pérdidas excesivas no tienen consecuencias.
- ✓ Queda prohibido **inducir a error sobre la posibilidad de resultar premiado** y dar a entender que la repetición del juego aumenta la probabilidad de ganar.
- ✓ Prohibición de **sugerir que la habilidad o la experiencia del jugador eliminará el factor de azar** del que depende la ganancia y de representar como gratificantes comportamientos compulsivos de juego.
- ✓ Prohibición de asociar situaciones de juego repetitivas, incontroladas o compulsivas a **emociones fuertes.**

## Medidas de control de la publicidad en radio, televisión e internet

### Advertencias estandarizadas de juego responsable y + 18:

- ✓ Las empresas de juego online incluirán en las comunicaciones comerciales visuales una advertencia estandarizada, a modo de **cierre de la pieza publicitaria**, que insta a jugar de forma responsable y recuerda que el juego online es una actividad prohibida para los menores de 18 años, de manera similar la que proyectan las compañías farmacéuticas al término de anuncios de medicamentos.
- ✓ De hecho, el mensaje **“Sin Diversión no hay juego”** ya se utilizó el año pasado en una campaña en medios lanzada por JuegoESresponsable, plataforma de la que forma parte también Jdigital, en 2018 con motivo del Mundial de Fútbol de Rusia.
- ✓ Esta advertencia estandarizada se emitirá a **pantalla completa y tendrá una duración de 2 segundos** y podrá ser sustituida o complementada por una banda que aparecerá en la parte inferior de la imagen durante todo el anuncio.

**JUEGA CON RESPONSABILIDAD**

Sin diversión no hay juego



**JUEGA CON RESPONSABILIDAD**

Sin diversión no hay juego



## Ámbito e inicio de aplicación del nuevo Código de Conducta

- La aplicación se hará efectiva **a partir del 15 de enero**.
- El Código aprobado se aplicará a **toda publicidad, promoción, patrocinio, y cualquier otra forma de comunicación comercial, en España, de cualquier modalidad de actividad de juego regulada por la de regulación del juego** (Ley 13/2011, de 27 de mayo). Su aplicación se hace extensiva a la promoción corporativa, de marca y de eventos, realizada por las empresas o entidades adheridas al mismo.
- Las medidas aprobadas abarcan **todas las comunicaciones de tipo visual, verbal, sonoro o escrito** difundidas por medios audiovisuales, medios de comunicación y páginas web.

Jdigital