

**ACUERDO POR EL QUE SE EMITE INFORME RELATIVO AL CONVENIO  
ENTRE LA DGOJ Y AUTOCONTROL EN MATERIA DE PUBLICIDAD,  
PATROCINIO Y PROMOCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE JUEGO DE  
ÁMBITO ESTATAL**

**INF/DTSA/088/21/Convenio DGOJ**

**SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidente**

D. Ángel Torres Torres

**Consejeros**

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D<sup>a</sup>. Pilar Sánchez Núñez

**Secretario**

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 29 de julio de 2021

Vista la solicitud de informe remitida por la Secretaria General Técnica del Ministerio de Consumo, en el ejercicio de las competencias que le atribuye el artículo 9.12 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, la Sala de Supervisión Regulatoria adopta el siguiente acuerdo:

**I. ANTECEDENTES**

Con fecha 25 de junio de 2021, ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) escrito presentado la Secretaria General Técnica del Ministerio de Consumo, por el que se solicita la emisión de informe al proyecto de Convenio entre la Dirección General de Ordenación del Juego del Ministerio de Consumo (en adelante DGOJ) y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (en adelante AUTOCONTROL), en materia de publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego de ámbito estatal.

## **II. HABILITACIÓN COMPETENCIAL**

De conformidad con el artículo 1.2 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC), esta Comisión *“tiene por objeto garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios”*.

En este sentido, el apartado 12 del artículo 9 de la LCNMC, sobre la supervisión y control en materia de mercado de comunicación audiovisual, establece que la CNMC es competente para *“Realizar cualesquiera otras funciones que le sean atribuidas por Ley o por Real Decreto.”*

El artículo 24.5 de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego (en adelante LRJ), dispone lo siguiente:

*“La Comisión Nacional del Juego podrá firmar acuerdos de correulación que coadyuven al cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta Ley, en particular en lo referido a la publicidad, en los términos que se determinen reglamentariamente. En la medida en que dichos acuerdos afecten a la publicidad efectuada por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, deberá recabarse informe del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales con carácter previo a la firma de los mismos. Los sistemas de autorregulación se dotarán de órganos independientes de control para asegurar el cumplimiento eficaz de los compromisos asumidos por las empresas adheridas. (...)”*

De manera similar, en el artículo 28.1 del Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego (en adelante Real Decreto del Juego), se señala que:

*“La autoridad encargada de la regulación del juego podrá suscribir acuerdos de correulación que coadyuven al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley 13/2011, de 27 de mayo, y en el presente Real Decreto sobre comunicaciones comerciales, con entidades de autorregulación que cumplan los requisitos establecidos en la normativa de la Unión Europea de aplicación. En la medida en que dichos acuerdos afecten a las comunicaciones comerciales efectuadas por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, deberá recabarse informe de la autoridad audiovisual competente de ámbito estatal con carácter previo a la firma de los mismos, la cual podrá, en su caso, suscribir igualmente dichos acuerdos.”*

Por tanto, de conformidad con todo lo anterior, esta Comisión es competente para informar sobre el proyecto de Convenio remitido por el Ministerio de Consumo.

Atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la LCNMC y los artículos 8.2.b) y 14.1.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado mediante el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, el órgano decisorio competente para dictar el presente acuerdo es la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC.

### **III. VALORACIÓN**

La DGOJ y AUTOCONTROL reconocen que la corregulación publicitaria es una importante vía complementaria de la administrativa y la judicial para llevar a cabo un eficaz control de la publicidad, en línea con el principio de corregulación desarrollado por la normativa europea, estatal y autonómica, y plasmado en el citado artículo 24, apartado 5 de la LRJ.

A este respecto, en 2011 se estableció un marco de colaboración entre DGOJ y AUTOCONTROL. Se trata del denominado “Acuerdo de colaboración entre la Dirección General de Ordenación del Juego del Ministerio de Economía y Hacienda, y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), en materia de publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego”, conforme al cual ambas entidades han venido cooperando mutuamente en el seguimiento de la publicidad de actividades de juego y en la detección, corrección y supresión de aquella publicidad que no se adecúa a las obligaciones legales que le sean de aplicación.

Con el nuevo Convenio, que tendrá una duración de 4 años, se pretende mantener y reforzar la mutua colaboración entre la DGOJ y AUTOCONTROL, contribuyendo con ello a un mejor desarrollo de la actividad publicitaria de las actividades de juego en beneficio de los consumidores y usuarios, y del propio sector.

A tenor del Convenio proyectado, la DGOJ, entre otros, podrá solicitar a AUTOCONTROL información acerca de si una determinada publicidad ha obtenido informe positivo en el marco del procedimiento de consulta previa o Copy Advice®, así como si ha sido objeto de un procedimiento de resolución extrajudicial de controversias en el seno del Jurado de la Publicidad

Por su parte, AUTOCONTROL, entre otros, mantendrá regularmente informada a la DGOJ de cuantas resoluciones, en materia de actividad del juego, adopte el Jurado de la Publicidad, y atenderá las solicitudes que le realice la DGOJ en relación con la acreditación de la emisión y vigencia de Copy Advice® que hayan sido aportados a ésta por operadores, en el marco de un procedimiento sancionador.

En la medida en que el convenio proyectado afecta a la publicidad efectuada por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, es preciso que con carácter previo a su adopción se recabe el oportuno informe de la CNMC.

En este sentido, esta Sala valora positivamente la firma de este nuevo convenio entre la DGOJ y AUTOCONTROL, no advirtiendo la necesidad de hacer comentarios al mismo desde el punto de vista de la aplicación de la normativa sectorial audiovisual.