

DECRETO 87/2013, DE 23/10/2013, POR EL QUE SE REGULA EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LA AUTORIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD, EL PATROCINIO Y LA PROMOCIÓN DE LOS JUEGOS Y APUESTAS DE CASTILLA-LA MANCHA.

DOCM núm. 210, de 29 de octubre de 2013

El artículo 5 de la Ley 2/2013, de 25 de abril, del Juego y las Apuestas de Castilla-La Mancha remite a la regulación reglamentaria el establecimiento de los requisitos y condiciones en que pretenda ejercerse la publicidad, el patrocinio y la promoción del juego y las apuestas, debiendo tener esta norma rango de decreto, al hallarse dentro de las competencias que al Consejo de Gobierno le encomienda el artículo 7.e) de la citada Ley, en relación con lo dispuesto en el artículo 11.2.c) de la Ley 11/2003, de 25 de septiembre, del Gobierno y del Consejo Consultivo de Castilla-La Mancha.

El presente decreto desarrolla el mandato a que se refiere el párrafo anterior en la medida de las necesidades regulatorias de esta Comunidad Autónoma. En este sentido, a pesar de que la publicidad sea una materia sobre la que, en los términos del artículo 31.1.29ª del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, puede ejercer su competencia exclusiva la Administración regional, por su carácter asimismo de actividad empresarial resulta conveniente un desarrollo limitado de dichas competencias que no distorsione el principio de unidad de mercado.

Por esta razón, entre el abanico de posibilidades normativas que se ofrecen con la vigente distribución constitucional de competencias, el decreto circunscribe su contenido a la regulación del aspecto procedimental de la autorización administrativa exigida a los empresarios o promotores de juegos y apuestas. De esta manera, satisfaciendo el principio de necesario control público sobre la materia para la protección de la infancia, la juventud y los consumidores, se evita la alteración del marco sustantivo en que las empresas de publicidad vienen desarrollando su actividad en el ámbito estatal, sin interferir, por tanto, en el transcurso económico de la misma.

Este decreto se integra por 3 capítulos, con un total de 12 artículos, dos disposiciones finales y un anexo.

En el capítulo I, sobre disposiciones generales, se circunscribe el ámbito de aplicación a la autorización de las actividades de publicidad, patrocinio y promoción que vayan a realizarse, en el ámbito territorial de Castilla-La Mancha, por empresas legalmente establecidas en el sector, cualquiera que sea el soporte o formato utilizado.

Después de definirse cada una de las tres categorías, el decreto, en su artículo 4, renuncia a abordar una regulación sustantiva, haciendo una remisión a la legislación general sobre publicidad, competencia desleal, comunicación audiovisual, servicios de la sociedad de información y de comercio electrónico.

Es, por tanto, en el capítulo II donde se aborda la regulación procedimental que interesa específicamente a esta Comunidad Autónoma. En el artículo 5, con carácter negativo, se enumeran los supuestos que no requieren dicha autorización y, para los restantes, los artículos siguientes regulan la solicitud, el contenido de la resolución autorizatoria y los casos de modificación, extinción y revocación de las mismas. El artículo 10, por último, configura una medida cautelar de cese y rectificación de la publicidad ilícita, por referencia a la legislación estatal sobre publicidad.

El capítulo III pretende simplemente enumerar los órganos competentes para la instrucción y resolución de los procedimientos sancionadores, respecto de las infracciones que se tipifican en los artículos 26 a 28 de la Ley 2/2013, de 25 de abril.

En virtud de cuanto antecede, en ejercicio de las competencias establecidas en los apartados 21ª y 29ª del artículo 31.1 del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, a propuesta del Consejero de Hacienda, previo informe favorable de la Comisión del Juego de Castilla-La Mancha, de acuerdo con el dictamen del Consejo Consultivo de Castilla-La Mancha y previa deliberación del Consejo de Gobierno, en su reunión del día 23 de octubre de 2013, Dispongo:

Capítulo I Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto.

Es objeto de este decreto la regulación del régimen jurídico de la autorización de la publicidad, el patrocinio y la promoción de los juegos y apuestas en Castilla-La Mancha, en relación con:

a) La práctica de los juegos y apuestas incluidos en el ámbito de aplicación de la Ley 2/2013, de 25 de abril, del Juego y las Apuestas de Castilla-La Mancha, que se encuentran sometidos a autorización administrativa previa.

b) Los locales dedicados expresamente a los juegos y las apuestas.

c) Las empresas del sector.

Artículo 2. Ámbito de aplicación.

Las disposiciones del presente decreto son aplicables a todas las actividades de publicidad, patrocinio y promoción de los juegos y las apuestas incluidos en el ámbito de aplicación de la Ley 2/2013, de 25 de abril, emitidas, difundidas o distribuidas dentro del ámbito territorial de Castilla-La Mancha, cualquiera que sea el soporte o formato utilizado.

Artículo 3. Definiciones.

1. A los efectos de este decreto, se tendrán en cuenta, con carácter general, las siguientes definiciones:

a) Publicidad: toda forma de comunicación, cualquiera que sea el medio o soporte de difusión empleado, realizada con el fin de promover la práctica de los juegos y las apuestas autorizados en la Ley 2/2013, de 25 de abril, los locales donde se desarrollen o la actividad empresarial en este sector.

Se considera publicidad indirecta toda forma de comunicación que pueda conducir a fomentar o incentivar la práctica del juego o de las apuestas, los establecimientos o locales donde se desarrollen o la actividad empresarial en este sector, así como el empleo de imágenes o elementos que permitan difundir de forma encubierta un mensaje o unas imágenes con el mismo fin.

b) Patrocinio: todo apoyo o financiación de actividades, servicios o bienes, con el fin de dar a conocer una empresa o actividad de juegos o apuestas, propia o de terceros.

c) Promoción: la distribución gratuita de productos, bienes, servicios o cualquier otra actuación, cuyo objetivo o efecto, principal o secundario, sea dar a conocer los establecimientos de juegos y apuestas y la actividad empresarial, con independencia de que dichos productos o bienes contengan publicidad.

d) Anunciante, patrocinador o promotor: toda persona natural o jurídica en cuyo interés se realiza la publicidad, el patrocinio o la promoción por sí misma o a través de tercero.

También se incluyen en este concepto, las federaciones o asociaciones representativas de

los distintos sectores del juego y las apuestas que, por sí mismas o a través de terceros, contraten la realización de actividad publicitaria, de patrocinio o promoción de su propio subsector.

2. Las referencias que se hagan a la "dirección general" se entenderán hechas a la que tenga asignadas competencias para el juego y las apuestas en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

Artículo 4. Régimen jurídico.

1. Las actividades de publicidad, patrocinio y promoción del juego y las apuestas, de los locales dedicados expresamente a su práctica y de las empresas del sector se ajustarán a la legislación vigente cualquiera que sea su contenido, medio de difusión o forma que adopte y en particular:

a) Al título II de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

b) Al artículo 18 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

c) Al capítulo I del título II de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

d) Al título III de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

2. Además de las normas anteriores, se aplicarán específicamente los principios, mandatos o prohibiciones que, en materia de publicidad, patrocinio o promoción sobre juegos y apuestas, puedan derivarse de las normas estatales, generales o sectoriales, que sustituyan o complementen las citadas en el número anterior.

Capítulo II Autorización

Artículo 5. Actividades exceptuadas de autorización.

1. En el marco de lo establecido en el presente decreto se exceptúan de autorización administrativa las siguientes actividades publicitarias del juego y las apuestas:

a) Los letreros, emblemas, rótulos, gráficos u otros elementos similares que hagan referencia a la identificación del establecimiento donde se practique el juego o las apuestas o razón social de la empresa, y que se hallen situados en la fachada de los locales destinados a la práctica de juego o apuestas, en el acceso al recinto urbanístico donde esté ubicado o en los vehículos

de cualquier clase de los que sea titular la propia empresa de que se trate.

b) La instalación de rótulos indicativos de los accesos al mismo, dentro del término municipal donde radique el local, con sujeción a las ordenanzas municipales y a la normativa de publicidad en carreteras.

c) La inclusión en los folletos informativos de hoteles o complejos turísticos de los locales donde se practique el juego o las apuestas que formen parte de sus instalaciones.

d) La inclusión del local en anuncios globales de complejos turísticos o en reportajes sobre los atractivos turísticos de municipios o zonas determinadas que se incluyan en publicaciones turísticas especializadas.

e) La inclusión en carteleras de espectáculos en prensa escrita, en planos- guías del municipio y guías de ocio, del local donde se practique el juego o las apuestas, con los demás espectáculos o medios de diversión existentes.

f) Cualquier referencia al juego y a las apuestas, a los establecimientos donde se practiquen, o a las empresas del sector, en publicaciones, congresos, certámenes y ferias de juego especializadas.

2. Asimismo, se exceptúan de autorización administrativa las actividades promocionales del juego y de las apuestas cuando los productos, bienes o servicios ofrecidos gratuitamente tengan un escaso valor económico, entendiéndose por tal aquellos con un coste individual inferior a 10 euros, impuestos incluidos.

Artículo 6. Solicitud de la autorización administrativa.

1. Todas las actividades de publicidad, patrocinio y promoción no previstas en el artículo anterior quedan sujetas a autorización administrativa previa. La solicitud de autorización se presentará ante la dirección general, conforme al modelo establecido en el anexo, con una antelación mínima de un mes a la fecha en la que se pretenda iniciar la actividad publicitaria, de patrocinio o promoción. Las solicitudes podrán presentarse en cualquiera de los lugares previstos en el artículo 38.4 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, o bien de forma telemática a través del formulario incluido en la sede electrónica de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha en la siguiente dirección: www.jccm.es.

2. En la solicitud de autorización se recogerán los siguientes datos:

a) Identificación del anunciante, patrocinador o promotor, de la agencia de publicidad y de la agencia de medios, en su caso.

b) Objeto de la actividad publicitaria, patrocinio, campaña o promoción.

c) Medio de difusión, soportes y formatos en los que aparecerá la publicidad, el patrocinio o la promoción que se pretende realizar.

d) Ámbito territorial de difusión.

e) Características de las actividades y servicios cuya publicidad, patrocinio o promoción se pretenda.

f) Fechas de inicio y, en su caso, fin de la campaña.

Y además, deberá acompañarse, como mínimo, de la siguiente documentación:

g) En el supuesto de que la actividad publicitaria, de patrocinio o campaña de promoción conlleve la entrega de obsequios o regalos, deberá aportarse una memoria descriptiva de todos ellos acompañada de las facturas pro forma o presupuesto que especifique el valor de los productos (coste, impuestos, etc.).

h) Proyecto de actividad publicitaria, de patrocinio o promocional que deberá consistir en una reproducción adecuada, según el soporte de difusión, de los textos, imágenes, cuñas radiofónicas o filmaciones que, en todo caso, deberán incluir las actividades propuestas.

3. Sin perjuicio de lo dispuesto en el número anterior, se podrá adjuntar también cuanta documentación complementaria considere oportuna el anunciante, promotor o patrocinador para presentar de forma adecuada su proyecto.

Artículo 7. Resolución.

1. Examinada la solicitud y la documentación adjunta, la dirección general podrá solicitar al anunciante, patrocinador o promotor cuantos datos o documentación complementaria considere oportunos, y una vez instruido el procedimiento procederá a dictar y notificar la resolución indicando los términos en que debe desarrollarse la publicidad, el patrocinio o la promoción y, en su caso, el plazo máximo para el ejercicio de estas actividades.

2. En la tramitación del procedimiento de autorización se aplicarán las reglas del título VI de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y en el caso de que no se produzca resolución expresa en el plazo de un mes desde la presentación de la solicitud, el interesado podrá entender estimada su solicitud.

Artículo 8. Modificación de las autorizaciones.

Cualquier alteración en las circunstancias de hecho o de derecho que motivaron el otorgamiento de una autorización, deberá ser comunicada, en un plazo no superior a diez días, a la dirección general, quien acordará lo procedente sobre la necesidad de una nueva autorización o la simple actualización del contenido de la existente.

Artículo 9. Extinción y revocación de las autorizaciones.

1. La autorización concedida se extinguirá en los siguientes casos:

- a) Por renuncia del titular.
- b) Por disolución de la empresa titular.
- c) Por el transcurso de su plazo de vigencia.

2. La autorización se revocará:

- a) Por falsedad en los datos aportados en la solicitud de autorización.
- b) Cuando una alteración de las circunstancias de hecho o derecho que motivaron la autorización implique la imposibilidad del cumplimiento de los requisitos de las actividades publicitarias, de patrocinio o promocionales, en los términos en que fueron autorizadas.

Artículo 10. Rectificación o cese de publicidad ilícita.

La dirección general requerirá el inmediato cese o rectificación de la publicidad, el patrocinio o la promoción que no respete las condiciones en las que fue autorizada o no hubiese obtenido el correspondiente título habilitante, procediéndose en la forma prevista en el capítulo IV de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

Capítulo III Régimen sancionador

Artículo 11. Infracciones y sanciones.

1. Constituyen infracción administrativa en materia de publicidad, patrocinio y promoción del juego y las apuestas las acciones u omisiones, tipificadas como tales en los artículos 26 a 28 de la Ley 2/2013, de 25 de abril, del Juego y las Apuestas de Castilla-La Mancha.

2. Los responsables de las infracciones a que se refiere el apartado 1 serán sancionados conforme a los artículos 29 a 32 de la Ley 2/2013, de 25 de abril, según el procedimiento previsto en el artículo 33 de la misma.

Artículo 12. Órganos competentes.

1. Para la instrucción de los procedimientos sancionadores serán competentes los órganos siguientes:

- a) El servicio periférico correspondiente al lugar de producción de efectos del hecho infractor.
- b) La dirección general, cuando los efectos del hecho infractor excedan el ámbito territorial de los servicios periféricos.

2. Para la imposición de las sanciones serán competentes los órganos previstos en el artículo 34 de la Ley 2/2013, de 25 de abril, del Juego y las Apuestas de Castilla-La Mancha.

Disposición final primera. Habilitación

Se habilita al titular de la consejería competente en materia de juego y apuestas para dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo del presente decreto.

Disposición final segunda. Entrada en vigor.

El presente decreto entrará en vigor el día 9 de noviembre de 2013.

Dado en Toledo, el 23 de octubre de 2013

La Presidenta

MARÍA DOLORES DE COSPEDAL GARCÍA

El Consejero de Hacienda

ARTURO ROMANÍ SANCHO