



Javier Izaguirre Fernández

Redactor de Economist & Jurist.



---

## Más restricciones a la publicidad del juego: ¿ganamos todos?

A finales de febrero de este mismo año, y sin saber todo lo que nos depararía el mes de marzo, el Ministerio de Consumo hacía público el **primer borrador** del Real Decreto de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, con decenas de medidas específicas en materia de juego responsable, y a razón de distintas motivaciones. En concreto, estas últimas eran: la necesaria corrección o refuerzo del mercado regulado de **juego online de ámbito estatal**; dar respuesta coherente, a nivel interno, a determinadas **iniciativas desarrolladas en el ámbito europeo**, en concreto la Recomendación de la Comisión Europea de 14 de julio de 2014, relativa a principios para la protección de los consumidores y los usuarios de servicios de juego en línea y la prevención del juego en línea entre los menores; y la puesta en marcha de **medidas de carácter preventivo, de sensibilización, de control e intervención** sobre las graves consecuencias que el consumo de juegos de azar y apuestas puede comportar en determinadas personas (menores de edad, los jóvenes y las personas que pueden estar experimentando un problema con el juego).

Aunque la Disposición final tercera del citado primer borrador **fijaba su entrada en vigor el 1 de julio de 2020**, a mediados de marzo, como es sabido, se declaró el estado de alarma, y con ello, todas las medidas y previsiones en materia de juego pasaron a un se ...

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |