



## SENTENCIA DEL TRIBUNAL SUPREMO SOBRE LA LEGALIDAD DE CIERTOS ARTÍCULOS DEL REAL DECRETO 958/2020

16 de abril 2024

### 1. INTRODUCCIÓN

El fallo del Tribunal Supremo del pasado 2 de abril en cuanto a la legalidad del **Real Decreto 958/2020 sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego** ("RD 958") y la anulación de varios de sus artículos supone un cambio significativo en la regulación del sector del juego. Mediante la presente nota realizamos un análisis preliminar de la situación y del impacto que supone la anulación de dichos artículos.

### 2. FUNDAMENTOS DEL RECURSO Y ARGUMENTOS DEL TRIBUNAL

La Asociación Española de Juego Digital (JDigital), entre otros, presentó un recurso contencioso-administrativo contra el RD 958 alegando, entre otros, la **infracción en el procedimiento de elaboración del decreto**, vulneración del **principio de reserva de ley** y del principio de proporcionalidad en relación con la **libertad de empresa**.

El Tribunal analiza los diferentes preceptos reglamentarios impugnados por JDigital en su recurso, alcanzando la conclusión de que, si bien el **RD 958 encuentra respaldo legal en la Ley 13/2011** y otras normativas, **determinadas prohibiciones** establecidas en dicha norma **carecen de la necesaria cobertura legal** o van más allá de los principios generales definidos en la Ley del Juego

española con respecto a la publicidad y, como consecuencia de ello, son **anuladas**. Específicamente, los artículos 13.1 y 3, 15, 23.1, 25.3, y 26.2 y 3.

Estos cambios **entrarán en vigor una vez que la sentencia sea publicada en el Boletín Oficial del Estado** ("BOE"). Esto significa que desde dicho momento los operadores pueden empezar a realizar su publicidad bajo este nuevo marco jurídico más favorable.

### 3. ARTÍCULOS ANULADOS E IMPACTO

**Artículo 13.1:** Prohibía las **promociones de captación de nuevos clientes** que no tuvieran una cuenta de juego abierta durante al menos 30 días y hubieran sido verificados documentalmente.

**Artículo 13.3:** Restringía las **comunicaciones de las actividades de promoción** a (i) **clientes existentes**, (ii) aparecer en una sección independiente de la página web o app del operador, (iii) difundirse en establecimientos que comercializan juegos de loterías.

**El impacto que supone la anulación de estos artículos es que queda libre la posibilidad de comunicar y ofrecer promociones a cualquier usuario, sin necesidad de que se comunique en apartados específicos ni de que sea sólo para clientes existentes. Sin duda esto abre un amplio abanico de oportunidades para los operadores en cuanto a la adquisición de clientes.**

**Para este apartado especialmente pero también en general, cabe tener en cuenta que el Código de Conducta publicitaria actualizado en 2019 continua**

**en vigor y en el mismo se prevé que los bonos de bienvenida puedan ser hasta un máximo de 200€.**

**Artículo 15:** Prohibía la aparición en las comunicaciones comerciales de **personas o personajes de relevancia o notoriedad pública**, sean aquellos reales o de ficción.

**El impacto que supone es que ya es posible realizar publicidad con personas o personajes de relevancia o notoriedad pública. Cabe tener presente también que el Código de Conducta prohíbe la aparición de personajes famosos menores de 25 años.**

**Artículo 23.1:** Prohibía la difusión de comunicaciones comerciales en **servicios de la sociedad de la información**, salvo en los siguientes casos (i) en sitios web o aplicaciones de los operadores o **cuya actividad principal fuera la oferta de productos de juego** siempre que cumplieran ciertas restricciones, como la verificación de edad y la inclusión de mensajes sobre juego responsable o, (ii) en una **sección específicamente dedicada a "apuestas"** en un sitio web dedicado a la **información sobre eventos deportivos o hípicas** (también con ciertas restricciones).

**El impacto que supone es que queda libre la posibilidad de que los operadores realicen publicidad en internet y otros medios de la sociedad de la información sin más restricciones que las indicadas en los puntos 2, 3 y 4 de dicho artículo que son muy menores.**

**Artículo 25.3:** Restringía las comunicaciones comerciales a cuentas o canales que difundieran programas o videos en **plataformas de intercambio de videos**, siempre que su **actividad principal** consistiera en ofrecer información o **contenidos sobre las actividades de juego** definidas en la Ley 13/2011, de 27 de mayo (con ciertas restricciones).

Es importante destacar que, aunque el artículo correspondiente del Real Decreto de comunicaciones comerciales haya sido anulado, **las mismas restricciones siguen vigentes** al haber sido incorporadas en el artículo 91.2.c de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA).

**En este caso no habría un impacto real dado que la restricción sigue vigente.**

**Artículo 26.2:** Limitaba las comunicaciones comerciales en **redes sociales**, pudiéndose dirigir únicamente a los **seguidores de las cuentas oficiales** de un operador de juego o que hubieran manifestado un **interés activo en las actividades de juego** o a quienes se encontraran **registrados en un operador de juego**.

**Artículo 26.3:** Restringía las comunicaciones comerciales en **redes sociales** a cuentas o canales cuya **actividad principal** consista en ofrecer **información** sobre las **actividades de juego** y, además, eviten el acceso de menores y difundan de manera periódica mensajes sobre juego seguro.

**El impacto que supone las anulaciones en este artículo 26 es que, por una parte la publicidad en redes sociales ya no debe estar exclusivamente dirigida a los seguidores de la cuenta o a quienes hubieran manifestado un interés o estuvieran registrados. Ahora la publicidad en redes sociales se puede realizar de forma libre.**

**Por otra parte, la publicidad ya no se debe realizar exclusivamente desde el tipo de cuentas o canales antes previstos en el artículo 26.3.**

#### **4. EL RECORRIDO DE ESTOS CAMBIOS PARA EL SECTOR**

La anulación de estos artículos por el Tribunal Supremo son una buena noticia para el sector y hay que celebrarlo. Asimismo, aprovechar comercialmente este respiro al sector en cuanto a la publicidad.

Por otra parte y estando aún en **una fase de valoración preliminar**, creemos que hay que tener presentes varias cuestiones:

- (i) Sin duda la sentencia del Tribunal Supremo no es del agrado ni del gobierno ni del regulador y, por tanto, es probable que la **interpretación del RD 958** integrando los nuevos cambios, sea **restrictiva** por parte de la DGOJ. Seamos prudentes.
- (ii) Es probable que el gobierno inicie un **trámite legislativo** para volver a integrar en las normas de publicidad del juego las restricciones de los artículos anulados y esta vez, integrando al poder legislativo, cumpliendo con el principio de legalidad y

aprobándolos mediante rango de Ley. Es una cuestión política, difícil de valorar en que espacio de tiempo y con qué contenido final se puede publicar dicha Ley. Sin duda, no es ni el único, ni el más importante de los retos que aborda la presente legislatura y, por tanto, difícil de prever la prioridad que se le puede dar.

- (iii) Creemos que la apertura del proceso para tramitar una Ley que recoja todos o ciertos aspectos de la publicidad del juego online también supone una oportunidad para el sector para hacerse escuchar y poder influir en dicha norma o, según el caso, en que no se publique dicha norma. Sin duda es una **ventana de oportunidad política** que antes no existía.

ECIJA

Gambling & Betting Team

## SUPREME COURT RULING ON THE LEGALITY OF CERTAIN SECTIONS OF ROYAL DECREE 958/2020

16 April 2024

### 1. INTRODUCTION

The ruling of the Spanish Supreme Court issued on the 2<sup>nd</sup> of April concerning **Royal Decree 958/2020 on commercial communications related to gambling activities ("RD 958")** and the annulment of several of its articles has significantly impacted the regulation of the gambling sector. In this brief we make a preliminary analysis of the situation and the impact of the annulment of said articles.

### 2. GROUNDS FOR THE APPEAL AND COURT ARGUMENTS

The Spanish Digital Gaming Association (JDigital), among others, filed a contentious-administrative appeal against RD 958 alleging, among others, the **infringement of the procedure for the elaboration of the decree**, the violation of the **principle of the reservation of law** and the principle of proportionality in relation to the **freedom of enterprise**.

The Court analyses the different regulatory precepts challenged by JDigital in its appeal, reaching the conclusion that, although the **RD 958 finds legal backing in Law 13/2011** and other regulations, **certain prohibitions** established in said regulation **lack the necessary legal coverage** or go beyond the general principles defined in the Spanish Gambling Law with respect to advertising and, as a consequence, are **annulled**. Specifically, Articles 13(1) and (3), 15, 23(1), 25(3), and 26(2) and (3).

These changes **will enter into force once the ruling is published in the Official State Gazette ("BOE")**. This means that from that moment on, operators can start advertising under this new and more favourable legal framework.

### 3. ANNULLED ARTICLES AND IMPACT

**Article 13.1:** Prohibited **promotional activities to attract new clients** who have not had an open gambling account for at least 30 days and have been verified by documentation.



**Article 13.3:** Restricted **communications of promotional activities** to (i) **existing clients**, (ii) appearing in a separate section of the operator's website or app, (iii) being disseminated in establishments marketing lottery games.

**The impact of the repeal of these articles is that it leaves free the possibility to communicate and offer promotions to any user, without the need to be communicated in specific sections or only to existing customers. This undoubtedly opens up a wide range of opportunities for operators in terms of customer acquisition.**

**For this section in particular, but also in general, it should be noted that the Advertising Code of Conduct updated in 2019 remains in force and provides that welcome bonuses can be up to a maximum of €200.**

**Article 15:** Prohibited the appearance in commercial communications of **persons or personalities of public relevance or notoriety**, whether real or fictional.

**The impact of this is that it is now possible to advertise with people or personalities of public relevance or notoriety. It should also be borne in mind that the Code of Conduct prohibits the appearance of celebrities under the age of 25.**

**Article 23.1:** Prohibited the dissemination of commercial communications in **information society services**, except in the following cases (i) on websites or applications of operators or **whose main activity is the offer of gambling products provided they** comply with certain restrictions, such as age verification and the inclusion of responsible gambling messages or, (ii) in a **section specifically dedicated to "betting"** on a website dedicated to **information on sporting or horse racing events** (also with certain restrictions).

**The impact is that operators are free to advertise on the Internet and other information society media without restrictions other than those indicated in points 2, 3 and 4 of this article, which are very minor.**

**Article 25.3:** Restricted commercial communications to accounts or channels that broadcast programmes or videos on **video-sharing platforms**, provided that their **main activity** consisted of providing information or **content on gambling activities** as defined in Law 13/2011 of 27 May (with certain restrictions).

It is important to note that, although the corresponding article of the Royal Decree on commercial communications has been annulled, **the same restrictions remain in force** as they have been incorporated in Article 91.2.c of the General Law on Audiovisual Communication (LGCA).

**In this case there would be no real impact as the restriction remains in place.**

**Article 26.2:** Limited commercial communications on **social media** to only target **followers of a** gambling operator's **official accounts** or those who have expressed an **active interest in gambling activities** or who are **registered with a gambling operator**.

**Article 26.3:** Restricted commercial communications on **social media** to accounts or channels whose **main activity** consists of providing **information on gambling activities** and, in addition, avoid access by minors and regularly disseminate safe gambling messages.

**The impact of the repeals in Article 26 is that, on the one hand, advertising on social media must no longer be exclusively targeted at account followers or those who have expressed an interest or are registered. Advertising on social media can now be carried out freely.**

**Moreover, advertising should no longer be carried out exclusively from the type of accounts or channels previously provided for in Article 26(3).**

#### **4. IMPACT OF THESE CHANGES FOR THE SECTOR**

The annulment of these articles by the Spanish Supreme Court is good news for the sector and should be celebrated. It is also important to take commercial advantage of this respite for the sector in terms of advertising.

On the other hand, and still at a **preliminary assessment stage**, we believe that a number of issues need to be borne in mind:

- (i) Undoubtedly, the Supreme Court ruling is not to the liking of either the government or the regulator and, therefore, it is likely that the **interpretation of RD 958**, integrating the new changes, will be **restrictive on the** part of the DGOJ. We need to be cautious.

(ii) It is likely that the government will initiate a **legislative process** to re-integrate the restrictions of the annulled articles into the rules on advertising gambling, this time involving the legislative power, complying with the principle of legality and approving them by means of a law. It is a political question, difficult to assess in what period of time and with what final content such law can be approved. Undoubtedly, it is neither the only nor the most important challenge facing the current legislature and, therefore, it is difficult to foresee the priority that can be given to it.

(iii) We believe that the opening of the process to process a law that covers all or certain aspects of online gambling advertising also

represents an opportunity for the sector to make itself heard and to be able to influence this law or, as the case may be, to prevent the publication of such law. It is undoubtedly a **political window** that did not exist before.

---

ECIJA

**Gambling & Betting Team**

## Gambling and Betting Practice

ECIJA's Gambling and Betting practice is distinguished by a team of experts, providing comprehensive and tailored advice to gambling operators and service providers in the sector. With extensive expertise in the intricacies of online gambling, our team equips clients with invaluable guidance across diverse aspects of the industry. We cover all needs of a Spanish gambling operator such as licensing, consumer law, software contracts, reporting to the Regulator, data protection, AML and any other area of compliance. We also provide strategic counsel and representation in a wide range of transactions, including investments, M&A, joint ventures, and partnership agreements, fostering strategic collaborations that drive success.



**Xavi Muñoz**  
Partner

[xmuno@ecijalegal.com](mailto:xmuno@ecijalegal.com)



**Daniel Marrodán**  
Principal Associate

[dmarrordan@ecijalegal.com](mailto:dmarrordan@ecijalegal.com)



**Núria Colomer**  
Associate

[ncolomer@ecijalegal.com](mailto:ncolomer@ecijalegal.com)



**Blanca Pujol**  
Associate

[bpujol@ecijalegal.com](mailto:bpujol@ecijalegal.com)



**Camille González**  
Associate

[cgonzalez@ecijalegal.com](mailto:cgonzalez@ecijalegal.com)

### FT INNOVATIVE LAWYERS 2022



ECIJA awarded as the most innovative company in Continental Europe.

### 2022 THE LAWYER



ECIJA in the Top 3 Iberian firms.

### CHAMBERS EUROPE 2022



ECIJA, recognized as the best TMT firm in Spain.

11 leading partners in their specialty.

### LEGAL 500 2023



ECIJA, best TMT, Intellectual Property and Data Protection firm in Spain.

ECIJA selected as the leading firm in EMEA.

### GAMBLING REGULATORY AWARDS 2019



Award for Best Regulatory Lawyer or Law Firm of the Year.

### EXPANSIÓN 2019, 2018, 2017, 2016



ECIJA is the winner of 7 Expansión Awards for the best Firm in Digital Economy, best IP and Data Protection Firm, and most innovative Firm.

