

COMPETICIONES

Luz verde al decreto que vetará la publicidad de las apuestas en el fútbol

La normativa, impulsada por el ministro de Consumo, Alberto Garzón, prohibirá hasta el 90% de los anuncios de este tipo y no permitirá que se publicite en ropa deportiva.

Palco23
3 nov 2020 - 15:07



El anticipado decreto sobre las apuestas ha obtenido hoy la luz verde del Consejo de Ministros. El Ejecutivo ha aprobado hoy el real decreto impulsado por el ministro de Consumo, Alberto Garzón, y que vetará la publicidad de casas de apuestas y de otras empresas de juego en estadios de fútbol o camisetas.

El fútbol será uno de los sectores más afectados por la regulación ya que gran parte de los equipos de LaLiga tienen acuerdos de patrocinio con casas de apuestas y visten sus logos en las camisetas.

De hecho, tres equipos de Primera y Segunda División han firmado nuevos acuerdos de patrocinio principal con casas de apuestas esta temporada: el Cádiz CF, que en su regreso a Primera ha firmado con Dafabet para las próximas dos temporadas; el Real Betis, con Betway, y el RCD Espanyol, que también luce a Betway en el frontal de su camiseta.

El real decreto prohibirá la publicidad en camisetas deportivas

El nuevo real decreto prohibirá hasta el 90% de los anuncios que existen ahora mismo en este sector y los restringirá al horario de madrugada. Tampoco se permitirá que se publicite en ropa deportiva. La medida había pasado ya los trámites de la Comisión Europea.

La regulación tiene como finalidad proteger principalmente a los menores de las potenciales consecuencias de estar expuestos a publicidad de juegos de azar.

El sector de los operadores de juego online en España ha manifestado su descontento con la situación tras la luz verde del Gobierno a la nueva normativa. “Desde Jdigital, como asociación que agrupa a más del 80% de operadores de juego online en España, queremos manifestar nuestra preocupación por el más que probable aumento del juego ilegal que puede producirse”, ha manifestado en un comunicado. “La reforma de la regulación propuesta por el Ministerio de Consumo puede tener el efecto contrario al que se pretende ya que supone una restricción tan desproporcionada de la actividad publicitaria de los operadores legales que resulta equiparable, en la práctica, a una prohibición de la misma”, ha añadido.

“La prohibición o restricción extrema de la actividad publicitaria de los operadores que han obtenido su licencia en España y desarrollan su actividad bajo la estricta supervisión del Gobierno provocará el aumento del juego ilegal y dejará desprotegidos a los colectivos vulnerables, como los menores de edad y los jugadores patológicos”, ha sentenciado.