

CAPÍTULO III Disposiciones específicas en función del canal de difusión publicitaria	Chapter III Specific provisions depending on the advertising channel
Artículo 17. Comunicaciones comerciales a través de medios presenciales. <i>Note: the definition of face-to-face media as set out under article 3 (h) is as follows:</i> <i>Comunicación comercial a través de medios presenciales: aquella que se realiza a través de vallas, marquesinas, carteles, monitores, pantallas, o cualesquiera otros elementos de análoga naturaleza tanto muebles como inmuebles; la que se fija sobre elementos móviles y medios de transporte, ya sean públicos o privados; la que se difunde a través de instrumentos de megafonía; así como la que se distribuye en folletos, o en revistas, diarios o soportes similares.</i> 1. La realización de comunicaciones comerciales a través de medios presenciales de las actividades de juego desarrolladas al amparo de los títulos habilitantes regulados en el Título III de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, requerirá ajustarse, además de a la normativa sobre comunicaciones comerciales de carácter estatal, a la regulación sobre publicidad de juego a través de esos mismos medios aplicable a las entidades autorizadas por las comunidades autónomas para ofertar esta clase de actividades. 2. En el caso de los operadores de la reserva legal designados al amparo de lo dispuesto en la disposición adicional primera de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, la realización de comunicaciones comerciales a través de medios presenciales de las actividades de juego desarrolladas por dichos operadores se ajustará exclusivamente a la normativa sobre comunicaciones comerciales de carácter estatal. 3. En todo caso, quedan exceptuadas de la previsión del apartado 1, las comunicaciones comerciales a través de medios presenciales que se realicen en aplicación de un determinado patrocinio deportivo dentro de instalaciones deportivas o las que se difundan en revistas, diarios o soportes similares de ámbito estatal y cuya actividad principal sea la oferta de productos o información sobre las actividades de juego definidas por la Ley 13/2011, de 27 de mayo. 4. Se prohíben las comunicaciones comerciales remitidas a través de correo postal.	Article 17. Commercial communications through face-to-face media. <i>Note: the definition of face-to-face media as set out under article 3 (h) is as follows:</i> <i>Commercial communication face-to-face: that which is carried out via billboards, canopies, posters, monitors, screens, or any others of a similar nature, both movable and immovable; that which is affixed on moving elements and means of transport, whether public or private; that which is broadcast through public address systems; as well as that which is disseminated in brochures, or in magazines, newspapers or similar media.</i> 1. Carrying out face-to-face commercial communications of the gambling activities developed under the qualifying titles regulated in Title III of Law 13/2011 of May 27 will require adjusting, in addition to the state regulations on commercial communications, to the regulation on gambling advertising through those same media applicable to the entities authorised by the Autonomous Communities to offer these kinds of activities. 2. In the case of operators of the legal reserve set out under the requirements of the first additional provision of the Law 13/2011 of May 27th, the implementation of face-to-face commercial communications of gambling activities carried out by said operators will resort exclusively to the state regulations on commercial communications. 3. In any event, face-to-face commercial communications that are carried out in application of a specific sports sponsorship within sports facilities, or those that are disseminated in magazines, newspapers or similar media at a state level and whose main activity is the offer of products or information about the gambling activities defined by Law 13/2011 of May 27, are exempted from the provision under article 1. 4. Commercial communications sent through postal mail are prohibited.

Artículo 18. Comunicaciones comerciales en servicios de comunicación audiovisual. 1. Las comunicaciones comerciales de los operadores de juego en servicios de comunicación audiovisual únicamente podrán emitirse entre la 01:00 y las 05:00 horas, sin perjuicio de las reglas especiales establecidas en los artículos 19 a 22. 2. Las restricciones horarias que se fijan en este precepto y en los artículos 20 a 22 solo serán aplicables a las comunicaciones comerciales de los operadores de juego en servicios de comunicación audiovisual a petición de acuerdo con lo que disponga la legislación audiovisual, cuando estas comunicaciones sean distinguibles y separables de la programación que se realiza en esos servicios. Asimismo, se aplicarán las reglas previstas en el artículo 19 para la difusión de comunicaciones comerciales durante acontecimientos en directo en caso de que estos se retransmitan a través de servicios a petición.	Article 18. Commercial communications in audiovisual communication services. 1. Gambling operators' commercial communications in audiovisual communication services may only be issued between 01:00 and 5:00, without prejudice to the special rules established in articles 19 to 22. 2. The time restrictions that are set in this rule and in articles 20 to 22 will only be applicable to commercial communications from gambling operators in on-demand audiovisual communication services in accordance with the provisions of audiovisual legislation, when these communications are distinguishable and separable from the programming carried out in those services. Also, The rules set forth in article 19 shall apply for the dissemination of commercial communications during live events if they are broadcast via on-demand services.
Artículo 19. Reglas de difusión de comunicaciones comerciales durante acontecimientos en directo en servicios de comunicación audiovisual. 1. Las comunicaciones comerciales de los operadores de juego en servicios de comunicación audiovisual durante las retransmisiones en directo de acontecimientos deportivos, hípicas u otros de naturaleza competitiva, únicamente podrán emitirse entre la 01:00 y las 05:00 horas, sin perjuicio de las reglas especiales establecidas en los artículos 21 y 22. 2. Lo dispuesto en el apartado 1 resulta de aplicación a las comunicaciones comerciales de cualquier tipo, difundidas o emplazadas físicamente, que resulten capturadas por la retransmisión audiovisual.	Article 19. Rules for the distribution of commercial communications during live events in audiovisual communication services. 1. Gambling operators' commercial communications in audiovisual communication services during live broadcasts of sporting, horse riding or other events of a competitive nature, may only be broadcast between 01:00 and 5:00, without prejudice to the special provisions established in articles 21 and 22. 2. The provisions of section 1 are applicable to commercial communications of any kind, distributed or physically located, which are contained within the audiovisual broadcast.
Artículo 20. Reglas de difusión de comunicaciones comerciales de apuestas mutuas, de loterías instantáneas o presorteadas y de bingo en servicios de comunicación audiovisual. Las comunicaciones comerciales de los operadores de juego en servicios de comunicación audiovisual relativas a apuestas mutuas, a loterías instantáneas y al juego de bingo no podrán emitirse dentro de las franjas horarias de protección reforzada establecidas en el artículo 7.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, ni tampoco en los bloques publicitarios inmediatamente anteriores o posteriores a programas dirigidos específica o principalmente al público infantil.	Article 20. Rules for the distribution of commercial communications of mutual bets, pre-drawn or instant lotteries and bingo in audiovisual communication services. Commercial communications from gambling operators in audiovisual communication services relating to mutual bets, instant lotteries and the game of bingo may not be issued within the reinforced protection time slots established in article 7.2 of Law 7/2010, of March 31, nor neither in the advertising breaks immediately before or after programmes targeted specifically or mainly to children.

Estas franjas horarias únicamente serán aplicables cuando el operador no ostente licencias singulares asociadas a las modalidades de juegos a las que resultan de aplicación las reglas de difusión audiovisual recogidas en el artículo 18.	These time slots will only be applicable when the operator does not hold singular licenses associated with the types of games to which the audiovisual broadcasting rules set out in article 18 apply
Artículo 21. Reglas de difusión de comunicaciones comerciales de concursos en servicios de comunicación audiovisual. 1. Las comunicaciones comerciales de los operadores de juego en servicios de comunicación audiovisual relativas a concursos no podrán emitirse en los bloques publicitarios inmediatamente anteriores o posteriores a programas dirigidos específica o principalmente al público infantil. 2. Cuando la difusión de los concursos se incluya en un programa cuya calificación por edades sea «no recomendado para menores de dieciocho años» únicamente podrán emitirse entre las 22:00 horas y las 6:00 horas del día siguiente, siempre y cuando lo permita la legislación audiovisual. 3. Si el concurso se instrumenta a través de un contenido audiovisual, mediante cualquier canal, la información sobre el precio de la participación deberá ofrecerse en la invitación a participar y, cuando el medio soporte del desarrollo del concurso lo permita, durante todo el tiempo en que se realice la promoción o publicidad del concurso. La información deberá presentarse sobreimpresa de forma estática y en condiciones de tipo de letra, disposición y contraste que permitan su perfecta visualización o percepción. El tamaño de los caracteres no será menor que el empleado para informar del medio de participación o, en su caso, del pago de la misma. 4. A las comunicaciones comerciales de concursos difundidas a través de servicios de comunicación audiovisual radiofónica no le resultará de aplicación la obligación establecida en el artículo 10.3.	Article 21. Rules for distribution of commercial communications of competitions in audiovisual communication services . 1. Gambling operators' commercial communications in audiovisual communication services related to competitions may not be broadcast in the advertising breaks immediately before or after programs specifically or mainly aimed at children. 2. When dissemination of competitions is included in a programme whose age rating is "not recommended for minors under eighteen years of age" it can only be broadcast between 10:00 pm and 6:00 am the next day, as long as audiovisual legislation allows it. 3. If the competition is implemented through audiovisual content, via any channel, the Information on the price of participation must be provided in the invitation to participate and, when the medium that sets out the competition allows it, during the whole time of the promotion or the publicity of the competition. The information should be presented superimposed in static form and in a style, arrangement and contrast of typeface that allow its perfect visual presentation or perception. The size of the characters will not be smaller than that used to inform of the means of participation or, where appropriate, the payment thereof. 4. The obligation established in article 10.3. (<i>responsibility messages</i>) will not apply to the commercial communications of competitions disseminated through radio audiovisual communication services.
Artículo 22. Reglas de difusión de comunicaciones comerciales de loterías de efecto diferido y rifas en servicios de comunicación audiovisual. En los servicios de comunicación audiovisual las comunicaciones comerciales relativas a juegos de lotería de efecto diferido, incluidas los de carácter ocasional, así como las relativas a rifas, no podrán emitirse en los bloques publicitarios inmediatamente anteriores o posteriores a programas dirigidos específica o principalmente al público infantil	Article 22. Rules for the distribution of commercial communications for delayed-result lotteries and raffles in audiovisual communication services. In audiovisual communication services, commercial communications related to games of a delayed result lottery, including those of an occasional nature, as well as those related to raffles, may not be broadcast in the advertising blocks immediately before or after programmes targeted specifically or mainly to children.

Artículo 23. Comunicaciones comerciales en servicios de la sociedad de la información. 1. Queda prohibida la difusión de comunicaciones comerciales de los operadores de juego en servicios de la sociedad de la información, salvo en los siguientes supuestos: a) Cuando se emplacen en las páginas web o las aplicaciones de los operadores o de los medios de comunicación que sirvan de soporte al juego de concursos, en este último caso exclusivamente respecto a esta modalidad de juego. b) Cuando se emplacen en páginas web o aplicaciones cuya actividad principal sea la oferta de productos o información sobre las actividades de juego definidas por la Ley 13/2011, de 27 de mayo, siempre y cuando estas páginas web o aplicaciones cuenten con mecanismos para evitar el acceso de menores de edad y difundan, de manera periódica, mensajes sobre juego seguro. A estos efectos, los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma y las redes sociales no se consideran páginas web o aplicaciones de las previstas en este párrafo. Aquellas páginas web o aplicaciones cuya actividad principal sea ofrecer información sobre eventos deportivos o hípicas podrán habilitar una sección específica y diferenciada dedicada a la oferta de información sobre apuestas, siempre y cuando esa sección: 1) Sea accesible desde la página de inicio a través de un único enlace de carácter informativo de dimensiones reducidas. A estos efectos, la autoridad encargada de la regulación del juego podrá establecer, mediante resolución, las especificaciones relativas a la forma, tamaño o disposición del referido enlace. 2) Cuente con mecanismos para evitar el acceso de menores de edad. 3) Difunda, de manera periódica, mensajes sobre juego seguro. c) Cuando sean el resultado ofrecido por motores de búsqueda. En aquellos casos en que el resultado ofrecido sea fruto de un acuerdo comercial entre el anunciante y el titular del motor de búsqueda, solo cuando esa búsqueda utilice palabras o frases conectadas de manera directa con las actividades de juego definidas por la Ley 13/2011, de 27 de mayo. d) Cuando se envíen a través de correo electrónico u otros medios equivalentes, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 24. e) Cuando se difundan como comunicaciones comerciales audiovisuales en servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma según lo que dispone el artículo 25.	Article 23. Commercial communications in information society services. 1. The distribution of gambling operators' commercial communications in information society services is prohibited, except in the following cases: a) When they are located on the web pages or applications of the operators or the communication media that support competitive games, in the latter case exclusively regarding this type of game. b) When they are located on web pages or applications whose main activity is the offer of products or information on gambling activities defined by Law 13/2011, of May 27, as long as these web pages or applications have mechanisms to prevent access to minors and periodically disseminate messages about safe gambling. To that end, the video exchange services via the platform and social networks are not considered web pages or applications as provided in this paragraph. Those web pages or applications whose main activity is to offer information about sporting or equestrian events may create a specific and differentiated section devoted to offering information on betting, as long as that section: 1) Is accessible from the home page through a single small informational link. In this context, the Gambling authority may establish by resolution the specifications regarding the shape, size or arrangement of the aforementioned connection. 2) Have mechanisms to prevent access by minors. 3) Periodically disseminate messages about safe gambling. c) When they are the result offered by search engines. In those cases where the result offered is because of a commercial agreement between the advertiser and the search engine owner, only when that search uses words or phrases directly connected to the gambling activities defined by Law 13/2011, of May 27. d) When sent via email or other equivalent means, in accordance with the provisions of article 24. e) When they are distributed as commercial audiovisual communications in video sharing services through the platform according to the provisions of article 25.
---	---

f) Cuando se difundan en redes sociales, según lo dispuesto en el artículo 26. 2. A los efectos de facilitar el funcionamiento de los mecanismos de control parental, a las comunicaciones comerciales de los operadores de juego en servicios de la sociedad de la información se les incorporará un identificador que habilite su categorización relativa a juegos de azar. 3. Las comunicaciones comerciales de los operadores de juego en servicios de la sociedad de la información no se superpondrán al contenido principal de la página o aplicación, bloqueando la mayor parte de dicho contenido, sin que exista una acción previa de la persona, con excepción de aquellas que se desarrollen exclusivamente en el propio portal del operador. En todo caso, las comunicaciones comerciales nunca bloquearán la navegación y deberán poder ser cerradas o detener su ejecución con facilidad. 4. Las comunicaciones comerciales de los operadores de juego no podrán ser emplazadas en páginas web o aplicaciones que, a su vez, promocionen actividades de juego de entidades sin título habilitante en España, presentándolas como orientadas a residentes en España, ni en páginas web o aplicaciones cuyo contenido infrinja la normativa aplicable en materia de propiedad intelectual.	f) When they are distributed on social networks, per article 26 provisions. 2. For the purpose of facilitating the functioning of parental control mechanisms, gambling operators' commercial communications in information society services will incorporate an identifier that enables gambling-related recognition. 3. Gambling operators' commercial communications in information society services will not overlap the main content of the page or application, blocking the major part of said content, without there being a prior action of the user, with the exception of those that are developed exclusively in the operator's own portal. In any case, communications commercials will never block navigation and must be able to be closed or its execution stopped easily. 4. Commercial communications from gambling operators may not be located on web pages or applications that, in turn, promote gambling activities of entities without an enabling title in Spain, presenting them as aimed at residents in Spain, or on web pages or applications whose content violates the applicable intellectual property regulations.
--	--