

Jdigital

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE JUEGO DIGITAL

Jdigital es una asociación sin ánimo de lucro cuyo objetivo principal es velar por los intereses de la industria del juego online en España, ya sean usuarios o empresas proveedoras de juego. En este sentido, Jdigital enfoca su trabajo en la consecución de una regulación positiva competitiva que permita desarrollar un mercado abierto, seguro y acorde con la actividad del comercio electrónico e internet.

Desde su constitución en febrero de 2012, la Asociación Española de Juego Digital en España, su interés es dotar a los asociados de una amplia gama de servicios y, a su vez, como verdadera declaración de principios, para lograr el reconocimiento del juego online como una actividad de peso en la economía digital.

La asociación cuenta con una amplia lista de miembros que ya suman cerca de 40 asociados, quienes participan activamente en todas las iniciativas impulsadas por la asociación.

INFORME DE ACTIVIDADES 2013-2014

A continuación relacionamos un resumen de todas las actividades desarrolladas por Jdigital a lo largo del año:

ACTIVIDAD INSTITUCIONAL

La Asociación ha desarrollado una intensa actividad institucional con aquellos actores públicos y privados que estén vinculados al sector del juego y de la economía digital en España. Dicha actividad se ha realizado en los siguientes niveles:

- a) **Dirección General de Ordenación del Juego:** Una adecuada y continua interlocución pública con la DGOJ basada en la aportación de información y reuniones periódicas.
- b) **Otros organismos públicos:** Interlocución con aquellos organismos públicos vinculados al sector del juego digital, entre otros:
 - > Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas; Dirección General Ordenación del Juego, Dirección General de Tributos.
 - > Ministerio de Industria; SETSI, ONTSI, RED.ES.
 - > Ministerio de Salud; Secretaría General de Sanidad y

JUNTA DIRECTIVA

Presidente

Sacha Michaud - *Betfair*

Vicepresidentes

Carlos Blanco - *Akamon*

Cristina García - *Zitro*

Vocales

Heliodoro Giner

Asociación Española de Casinos de Juego

Simón Muñoz - *Educapoker*

Luis Hernández - *Eurojuego Star*

Aurora Merino - *GLI*

María González - *Paysafecard*

Pedro Extremera - *Playtech*

María Rosa Rotondo - *Political Intelligence*

Sacha Michaud - *Betfair*

Portavoz

Miguel Ferrer - *TELAM*

STAFF

Ana Buxó

Secretaria General

Gemma del Arco

Área Interactiva y Redes Sociales

Consumo, Consejo Consumidores y Usuarios, Instituto Nacional de Consumo.

- > Ministerio de Cultura, Educación y Deporte; Consejo Superior de Deportes
- > Comunidades Autónomas.
- > Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia para tratar cuestiones en materia de publicidad
- > Comisión de Expertos para la Reforma Fiscal
- > Partidos Políticos.
 - Con el Grupo Socialista en el Congreso para tratar cuestiones relacionadas con el juego responsable y fiscalidad de los jugadores.
 - Con el Grupo Popular en materia fiscal
 - Con UPyD para tratar temas relacionados con la publicidad de juego

C) **Sector privado:** Interlocución activa con otras asociaciones sectoriales del juego, CEOE, *adigital*, Autocontrol, Fejar... para la consecución de objetivos comunes.

INICIATIVAS EN MATERIA DE REGULACIÓN

Desde Jdigital se viene trabajando en los últimos meses en importantes cuestiones normativas que afectan al sector:

Una menor presión fiscal: Junto con los impuestos generales que se aplican a todas las empresas, los operadores de juego están sometidos a un impuesto especial muy gravoso. Además, hay que destacar que los usuarios tributan por sus ganancias a diferencia de lo que ocurre en otros países europeos.

Regulación de nuevos productos de juegos y apuestas: Autorización de juegos y apuestas con éxito comercial que eran ofrecidos en España antes de la aprobación de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego.

Liquidez internacional: Permitir que los operadores licenciados en España puedan integrar la liquidez que aportan jugadores internacionales en su oferta de juegos y apuestas, especialmente en el ámbito del póquer online, donde los jugadores tradicionalmente buscan jugar con usuarios de todo el mundo y buscan liquidez para lograr mejores premios.

Actualidad Jurídica **jdigital**

Más a través de:

Hacer unas sesiones de información sobre la iniciativa de la DGGJ en aprobar un Real Decreto en materia de actividades publicitarias y de juego responsable.

Os recordamos las líneas generales de los temas que queremos abordar:

- Desarrollo artículos 7 y 8 de la Ley 13/2011 relacionados con la publicidad.
- Interés de que el RD se aplique a todas las actividades a las que es de aplicación de la Ley 13/2011, incluyendo actividad de SLLAJ y SMLL.
- Prohibe revisión de la publicidad y patrocinios dentro de horarios protegidos. Evaluación de aquellos actividades con un régimen especial de horarios, tiempo y apuestas en vivo, considerando posibles casos de cross selling.
- Posible limitación de la participación en la publicidad de personajes con notoriedad pública.
- Integrar en la norma las diversas políticas de juego responsable y generación alternativa de las medidas exigidas por la DGGJ y el Consejo Asesor de Juego Responsable. Estado de medidas para reforzar posiciones de los jugadores.

Dada la importancia de este tipo de actividades en nuestro sector, desde Jdigital vamos a elaborar un documento de alegaciones para enviar a la DGGJ, las cuales focalizará en aquellos puntos que pueden impactar en las actividades publicitarias de las empresas, especialmente cualquier posible limitación de las

Asimismo, la Asociación, con la participación de sus socios, ha elaborado diferentes enmiendas:

- > Para la modificación de la Ley de Juego
- > Alegaciones de Jdigital a la DGOJ en regulación de las Máquinas de Azar y sobre Apuestas Cruzadas
- > Alegaciones sobre el proyecto de Real Decreto en materia de publicidad y juego responsable

INFORMES Y ESTUDIOS

INFORME FISCAL

Con la colaboración de Deloitte, Jdigital realizó el “Informe sobre la fiscalidad del juego online”. Un informe que destaca la excesiva presión fiscal que afecta al sector del juego “online” con respecto a otros sectores y jurisdicciones de nuestro entorno y que propone medidas que evitarían la desaparición o “huida” de los operadores de nuestro país, por inviabilidad y falta de competitividad derivadas de la excesiva presión fiscal. Además, este documento es una comparativa entre la tributación española y la de otras jurisdicciones de nuestro entorno.

INFORME ANUAL

El Informe Anual de Juego Online en España recoge los datos del sector correspondientes a 2013 y que revela, como una de las principales conclusiones, el estancamiento del mercado. A pesar de que el juego online sigue siendo uno de los segmentos preponderantes dentro de las actividades de comercio electrónico, ha bajado su porcentaje de negocio respecto a los datos publicados en el informe del año pasado.

Conviene destacar en este sentido que en contra de lo que ocurre en otros mercados no regulados, donde se constata un importante crecimiento en los primeros años posteriores a la regulación, en España no se está produciendo ese aumento por varias razones: la falta de flexibilidad en la oferta que proporcionan los operadores; la elevada carga fiscal hace que muy pocas empresas sean rentables y puedan invertir en el mercado español; y finalmente, la difícil situación económica que afecta al gasto en actividades de ocio por parte de los españoles.

Otra de las principales conclusiones del informe tiene que ver con la inversión publicitaria. 2013 ha sido el primer año completo en cuanto a inversión en comunicaciones comerciales y marketing del sector, pues desde la regulación del mercado solo empresas licenciadas pueden realizar campañas publicitarias según la





normativa sobre juego y publicidad. La inversión publicitaria el pasado año alcanzó los 140 millones de euros, lo que supone un ligero aumento con respecto a 2012 de un 12%. Ese incremento se debe principalmente a la publicidad directa vinculada a los medios de comunicación (TV, radio, prensa e Internet). En cambio, la inversión de patrocinios cayó cerca de un 40%, sobre todo en patrocinios deportivos.

WHITE-PAPER

Este documento se actualiza regularmente y que recoge los siguientes temas:

- > Ley de Publicidad
- > Código Autorregulación propio
- > Liquidez Internacional
- > Límite de depósito
- > Otros juegos
- > Social Gaming
- > Eventos y Jornadas

PREMIOS EGAMING.ES

El 27 de febrero Jdigital celebró con gran éxito la gala de los I Premios eGaming.es en la sala El Sol de Madrid.

Los Premios eGaming.es son un reconocimiento a todas aquellas entidades vinculadas con el sector de juego digital en España. Organizados en diferentes categorías se tienen consideración los nuevos proyectos, la labor empresarial realizada y, en general, todas aquellas actuaciones que hayan contribuido a la dinamización y mejora de la imagen del sector.

El juego digital en España es uno de los segmentos con mayor crecimiento del ecommerce ayudando al impulso y desarrollo de la economía digital en España.

Nacen estos galardones, por tanto, con el objetivo de reconocer a las empresas y personas que apuestan por sectores como el gambling y el gaming.

Sacha Michaud, presidente de Jdigital, fue el encargado de presentar el evento en el que se pudieron ver caras muy representativas del sector. En total, unas 140 personas disfrutaron de la gala, entre ellos, el director de la Dirección General de Ordenación del Juego, Carlos Hernández.



Y tuvo protagonismo el director, ya que Sacha Michaud, después de preguntar a todas las empresas con licencia en España, le hizo llegar cuáles eran las principales preocupaciones para 2014. Primando, por encima de todas, la petición de que la autorización de nuevos productos se hiciera con más ligereza y que la regulación correspondiente se estatuyera de manera rápida y flexible.

Se valora muy positivamente el desarrollo de la ceremonia ya que hubo muy buen ambiente y se vio a la gente contenta y motivada. La gala fue amena, divertida y, en absoluto, encorsetada. Con discursos cortos, solemnidad y también momentos para esbozar un sonrisa, como el vídeo que envió, para agradecer su premio, la mejor jugadora española de poker de la historia, Leo Margets, que no pudo asistir a la gala.

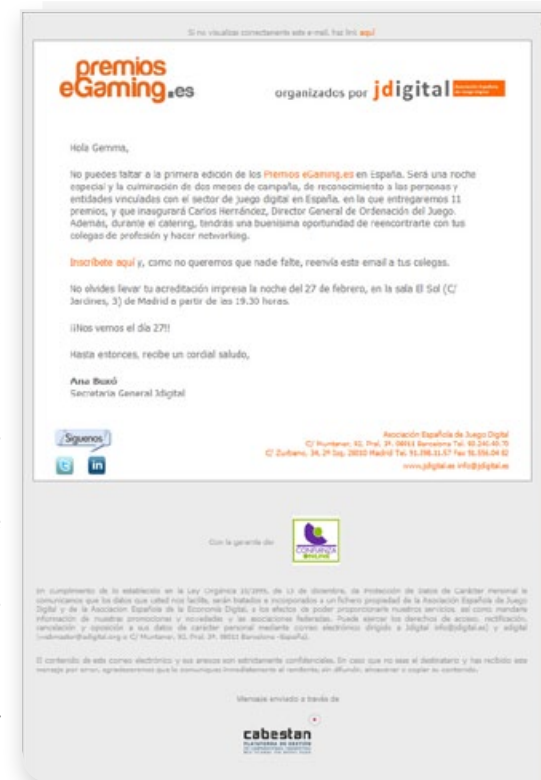
La lista completa de galardonados es la siguiente:

- > **Bet365**: mejor operador del mercado español.
- > **King**: mejor empresa de social gaming.
- > **Pokerstars**: mejor producto.
- > **Campaña “Las emociones” de William Hill**: mejor campaña de marketing, publicidad online o anuncio de televisión.
- > **Apuesta10.com**: mejor web de información de apuestas y poker.

- > **Poker Red**: mejor medio especializado.
- > **Leo Margets**: mejor embajador del sector.
- > **888**: empresa revelación en el sector del juego digital.
- > **Playtech**: mejor proveedor.
- > **Asensí Abogados**: mejor proveedor de servicios.

Participación de Jdigital en los principales foros del sector en España:

- > **EIG**: Congreso y Expo
- > 3era edición del Programa Avanzado “El Sector del Juego”, organizado por el Instituto de Empresa
- > **ANESAR** celebró su Congreso de Salones con ponentes de Jdigital
- > **FIDE** en el seminario sobre deporte “Integridad en el deporte”
- > Feria Internacional del Juego FER INTERAZAR 2014
- > Empresas asociadas a Jdigital nominadas a los EGR Operator Marketing & Innovation Awards



COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicación de Jdigital es un elemento clave para cumplir sus objetivos y minorar potenciales campañas negativas que afecten al sector, así como para potenciar la vinculación del juego online con la economía digital y el comercio electrónico. Para ello, se articula –de la mano de *adigital*– una estrategia de comunicación veraz y con adecuada difusión tanto de forma periódica (vía informes sobre el sector o newsletters) como en aquellos momentos que por razones de actualidad (ej. Casos de fraude en el deporte, blanqueo de capitales...) se exija una respuesta contundente desde el sector.

Se destacan las siguientes vías de actuación y canales:

- > Notas de Prensa, Artículos de Opinión, Entrevistas realizadas:
 - Jdigital en El País
 - Declaraciones de Miguel Ferrer en relación al “Día sin juego”
 - Artículo de El Economista (IURIS) sobre el informe de fiscalidad en el sector.
 - Entrevista a Miguel Ferrer en la Cadena Ser
 - Entrevista a Sacha Michaud en Azarplus
 - Expansión: “Los anuncios de apuestas online despegan un 12%”
 - Artículo en El Confidencial sobre declaraciones de Sheldon Adelson, Proyecto Eurovegas.

- Entrevista a Miguel Ferrer en Antena 3 Noticias sobre regulación nuevos juegos y apuestas.
- Entrevistas en medios especializados: Sector del Juego, Casino Top 10 y El Recreativo.
- > Elaboración de un Dossier de Prensa
- > Newsletter mensual: Envío mensual de una newsletter a todos los asociados que incluye las principales actividades y novedades de la propia Asociación.
- > Web: La web de Jdigital es el fiel reflejo de sus objetivos: fomento y divulgación del sector del juego online y representación de sus empresas asociadas. En este sentido, la asociación ha mejorado y ampliado el espacio dedicado a sus empresas miembros, ofreciendo la posibilidad de incluir notas de prensa y personalizar las fichas de asociados.
- > Redes sociales. on presencia en LinkedIn (www.linkedin.com/company/jdigital) y Twitter (@jdigital_es), esta segunda plataforma se consolida como la principal ventana de comunicación social de la asociación. Con 567 seguidores, *Jdigital* registra un aumento del 64% de su masa de seguidores y apuesta por este canal para divulgar las novedades del sector y difundir las actividades de la propia asociación y *adigital*.

