

Declaraciones de Jdigital tras la reunión con el Ministro Garzón

07 de febrero de 2020. Tras la reunión mantenida esta mañana con el ministro de Consumo, Alberto Garzón, y su equipo, Jdigital comparte una valoración positiva del encuentro. Como principales representantes del sector del juego digital español, agradecemos y compartimos la cordialidad y voluntad de diálogo mostrada por el ministerio y estamos a la espera de conocer los detalles del contenido del proyecto de Real Decreto, que se dará a conocer en las próximas semanas según ha confirmado el propio organismo.

En la reunión, Jdigital ha expuesto la fotografía de la situación del sector en su conjunto, para dimensionar la realidad del juego online en comparación con el juego público o el juego presencial, algo que el regulador debe valorar a la hora de tomar medidas que contribuyan a los fines propuestos, a saber, la reducción de las externalidades negativas derivadas del juego.

Asimismo, Jdigital ha trasladado al ministro y a su equipo las medidas impulsadas desde el sector para hacer frente al problema de la ludopatía y el fomento de prácticas de juego responsable en España. En este sentido, también hemos apoyado la necesidad de impulsar una regulación justa, equitativa y proporcionada a la realidad del juego en España, donde la prevalencia de la ludopatía se mantiene estable en un 0,3% de la población de entre 15 y 65 años desde 2015, tal como indica el Plan Nacional sobre Drogas.

El elemento central de la exposición ha sido el rol de la publicidad en un sector como es el digital, como aislante de la oferta ilegal existente (y no sometida a controles de menores o prohibidos). Para reforzar nuestro argumento hemos trasladado al ministerio las incongruencias en los resultados de los estudios de impacto de la legislación italiana del *Decreto Dignità*, que prohibió la publicidad de juego en Italia, y que, según datos oficiales, no ha reducido ni la recaudación ni el número de jugadores, sino al contrario, han aumentado y no siempre en canales legales.

La asociación prefiere no hacer declaraciones concretas antes de poder valorar las medidas del texto en el momento de la publicación, que será inminente. Desde la asociación del juego online se ha pedido que no se planteen escenarios de prohibición (total o de facto) de la publicidad, por la ineficacia -y posibles efectos negativos- que podría tener en el mercado español. En cualquier caso, agradecemos la disposición del ministerio y nos ponemos ya a disposición del mismo, ya que entendemos que solo conjuntamente lograremos avanzar en una regulación que ayude a acabar con las externalidades negativas del sector y contribuir a la consecución de un bien común.