

# Cuenta atrás para el gran veto a las casas de apuestas

**TRANSICIÓN** La industria tiene hasta el 31 de agosto para adaptar sus contratos a la ley.

Estela S.Mazo. Madrid

A los acontecimientos imprevistos ligados al Covid que han revolucionado las finanzas del deporte, hay que sumar los baches que ya figuraban en la agenda y que preocupan a la industria. En el calendario aparece en rojo el 31 de agosto, día en el que finaliza el plazo que concede el Real Decreto del juego ya en vigor para adaptar los contratos de patrocinio con casas de apuestas. Una norma cuyo impacto sólo en LaLiga, con once clubes con una de estas firmas como *main sponsor* y el 70% de los equipos vinculados comercialmente al sector, será de 90 millones, que se sumarán a la factura a la ACB o la Asobal, entre otros deportes.

¿Cómo será esa transición? “Es importante destacar que no se prohíbe que las casas de apuestas patrocinen a los clubes, sino que se lleven a cabo determinadas actividades de patrocinio”, aclara Marc Pujolas, asociado sénior de Deloitte Legal. “Esto se traduce en que los clubes deben adaptar los contratos a las disposiciones legales para que puedan mantener su vigencia a partir de septiembre y plantearse nuevas propuestas de patrocinio que incluyan activos comerciales cuya utilización no ha sido prohibida”, agrega como vía para minimizar la merma de ingresos.

## Alternativas

Pujolas añade que “en cualquier caso, uno de los principales efectos será la pérdida de valor de las camisetas, hasta ahora un activo muypreciado por las casas de apuestas”. Entiende que ante la imposibilidad de que las equipaciones incluyan el logo de estos operadores, las demás marcas ofrecerán “cantidades a la baja” para sustituirlas en dicha vestimenta, por lo que los clubes “se verán obligados a reducir sus pretensiones económicas”. Al tiempo, el experto hace hincapié en que los activos comerciales que sí puedan incluirse como patrocinio “se revalorizarán a la espera de que las entidades vinculadas a las actividades de juego apuesten por ellos, ya que serán pocos los medios que podrán utilizar para publicitarse y, con ello, vincularse a un club determinado”.

Desde Senn Ferrero Asociados



Efe

Betway es uno de los patrocinadores líderes del deporte en España.

Sports & Entertainment, Alfredo Garzón e Ignacio Triguero también señalan que, en el ámbito económico, el Real Decreto “acarreará consecuencias negativas” para los operadores privados de juegos de azar, el fútbol y deportes minoritarios con cierta dependencia presupuestaria de estos patrocinios. “Desde una posición equidistante (impacto económico *versus* defensa de los más débiles) parece necesario disponer de una regulación que considere la protección y ayuda a los colectivos más vulnerables”, como destacan todos los expertos consultados. Pero también “preservando la actividad y la importancia que tiene en la economía y en los presupuestos de los clubes de fútbol”, reclaman.

Senn Ferrero plantea tres alternativas. Primero, una regulación “enfoca-

cada en corregir las deficiencias del sector y prevenir e impedir el juego compulsivo y en menores de edad, en lugar de una normativa de prohibiciones o requerimientos radicales que desincentive a los operadores provocando su deslocalización, la concentración en *paraísos del juego* o la clandestinidad”. Como segunda posibilidad, en el fútbol proponen un planteamiento similar al de otras grandes ligas, que permiten estos patrocinios, pero sujetos a reglamentación. Por último, creen que la moratoria para permitir una transición ordenada “debería ser razonable” (en la Ley del Tabaco fueron tres años).

Mientras, Alberto Palomar Olmeda, socio de Broseta, incide en tres factores: las “dudas reales sobre la legalidad” de esta norma, “la propia cobertura de una disposición de al-

El Real Decreto prohíbe el patrocinio del sector en camisetas o equipaciones deportivas

El 70% de los clubes de LaLiga tiene alianzas comerciales con casas de apuestas

cance prohibitivo” y las “críticas sobre su oportunidad” al entrar en vigor en plena crisis de ingresos por el Covid. “Debe quedar claro que, bajo una capacidad de limitación o restricción de la actividad económica que toma el juego como soporte, lo que se ha producido es una prohibición radical de diversas actividades de patrocinio cuando afectan o toman como soporte el deporte”, alega.

## Proyección

Palomar apunta que el deporte, y más concretamente el fútbol, “se ha convertido habitualmente en un ámbito de ejemplaridad y una forma de hacer llegar, de forma directa y claramente visible, el alcance de un mandato prohibitivo”. Y es en ese factor de visualidad y proyección social donde se incide a menudo para “elegir la actividad deportiva como prototipo de muchas políticas restrictivas sin tener en cuenta que el deporte tiene un esquema de financiación que resulta seriamente cuestionado por el establecimiento de una prohibición a un operador económico”.

En base a la legislación y las cuestiones acerca de las reglas de la actividad económica a las que el poder ejecutivo debe amoldarse, el experto reclama “comprobar si la medida de prohibición es la más proporcional frente a los principios generales de la actividad económica y frente a las determinaciones frente a otros sectores de actividad económica que no resultan incluidos en este ámbito”. En este marco, entiende que “esta idea de la proporcionalidad de la medida, en este caso prohibición, es o puede ser objeto de revisión y de validación o anulación por la jurisdicción contencioso-administrativa”.