



Confederación Española de Organizaciones
de Empresarios del Juego del Bingo

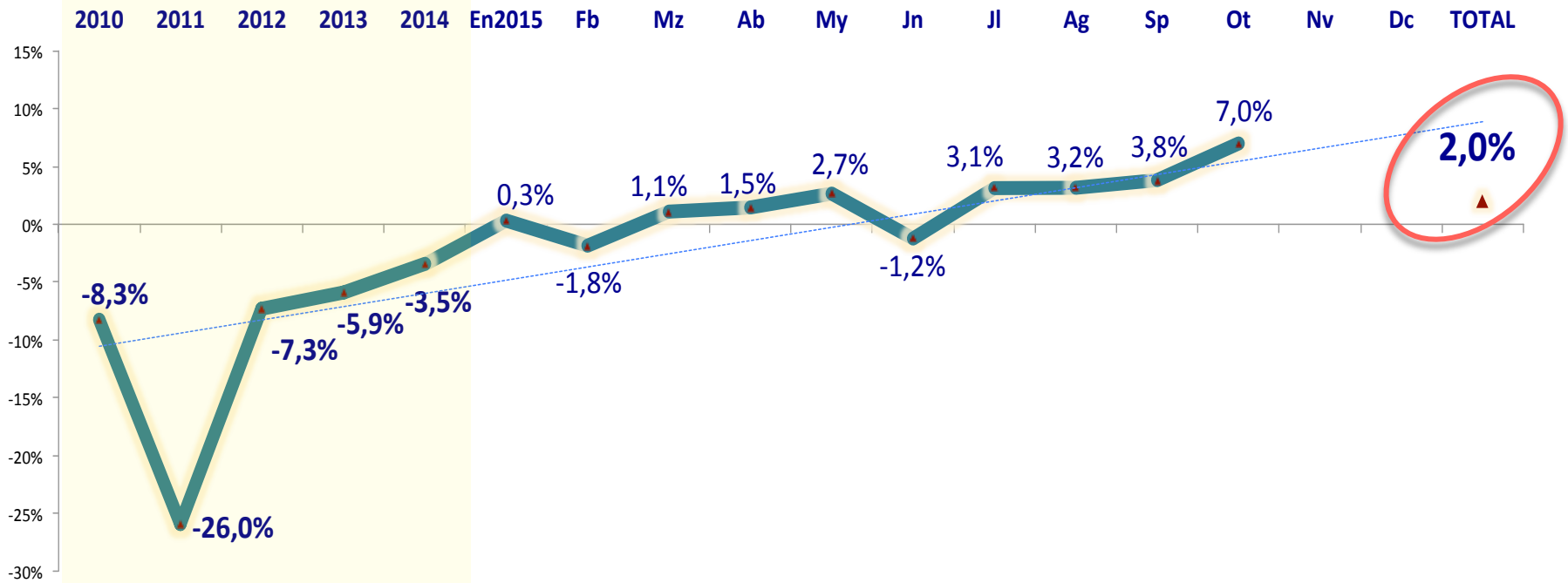
Comité ejecutivo

25 de Noviembre de 2015

1. Lectura y aprobación del acta de la sesión anterior.
2. Informe del Presidente. Desarrollo del Plan estratégico de Cej...
3. Acuerdos adoptados en el seno del Observatorio estatal del sector laboral del Bingo.
4. Documento de la DGOJ sobre la implantación de terminales presenciales de juego online
5. Asuntos varios. Ruegos y preguntas.

ESPAÑA/ Evolución de ventas de BINGO

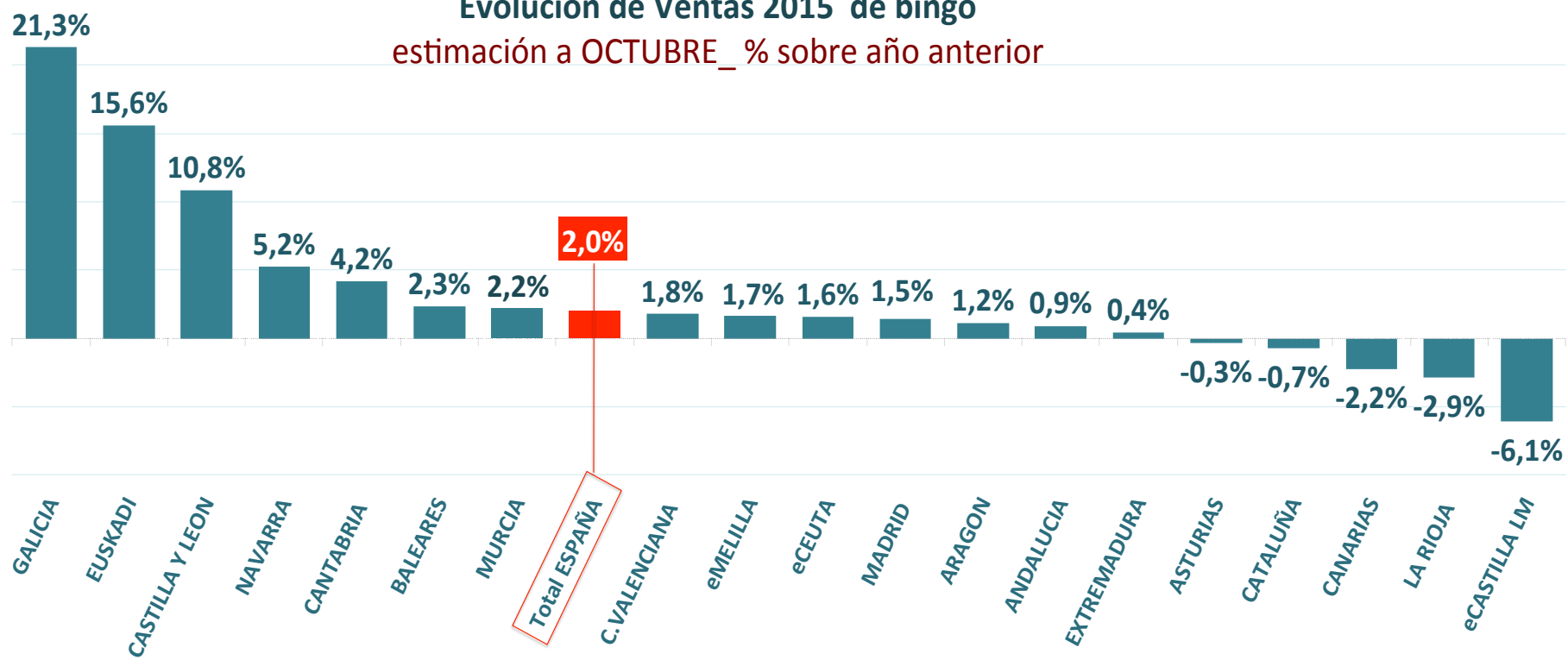
% sobre el mismo periodo del año anterior



mill. €	2010	2011	2012	2013	2014	En2015	Fb	Mz	Ab	My	Jn	Jl	Ag	Sp	Ot	Nv	Dc	TOTAL
2.015	2.655	1.980	1.835	1.727	1.667	155	124	138	144	136	130	157	138	135	150			1.406
2.014						154	126	137	142	132	132	152	134	130	140			1.379
€ dif.	-240	-676	-145	-108	-60	0	-2	2	2	4	-2	5	4	5	10			27
% dif.	-8,3%	-26,0%	-7,3%	-5,9%	-3,5%	0,3%	-1,8%	1,1%	1,5%	2,7%	-1,2%	3,1%	3,2%	3,8%	7,0%			2,0%

Base 100% 74,0% 69,1% 65,0% 62,8%

Evolución de Ventas 2015 de bingo
 estimación a OCTUBRE_ % sobre año anterior



2. Informe del Presidente / avance estimación ventas 2015__octubre

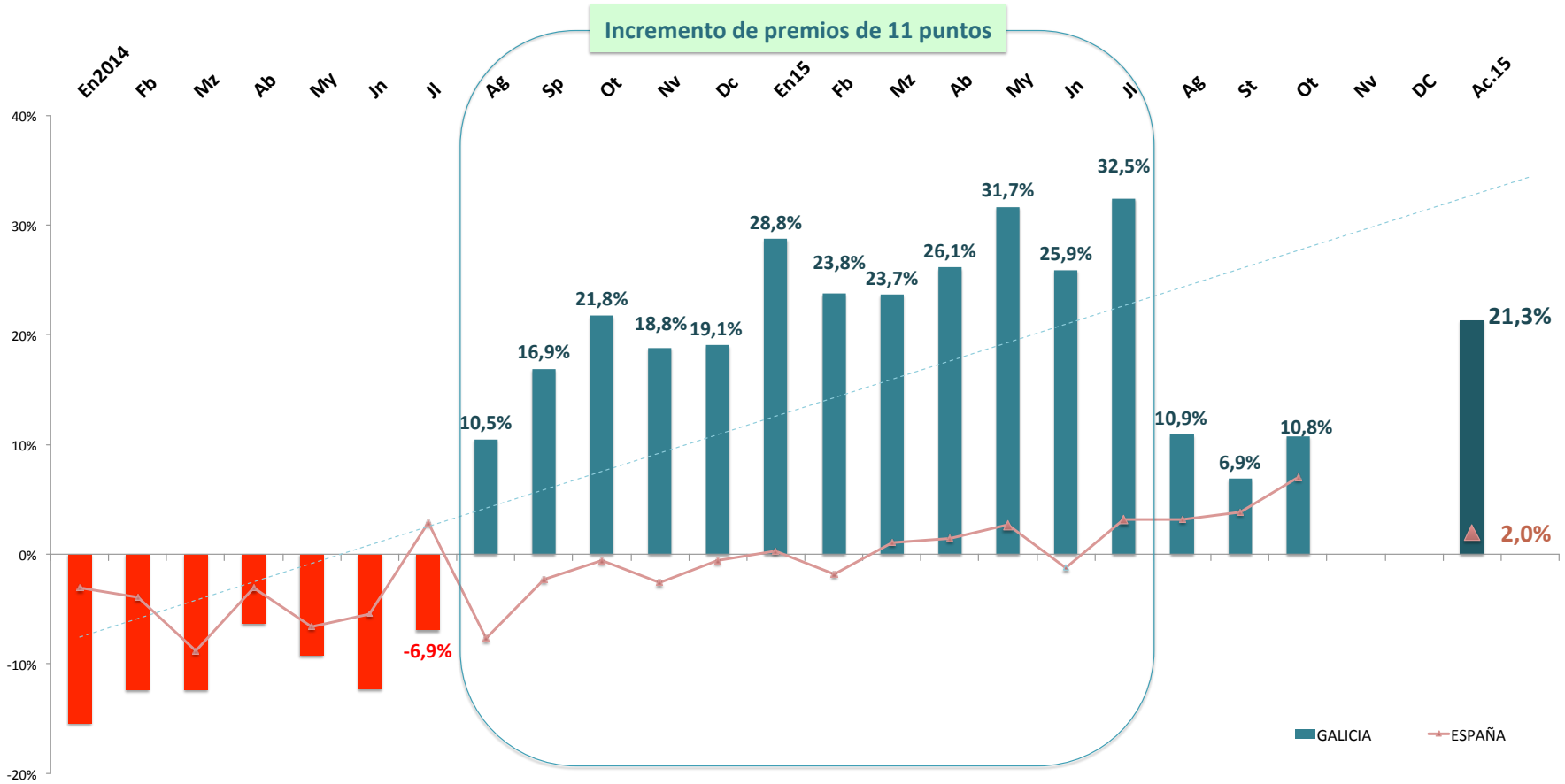
CCAA en millones de euros	2015 ac. OCT	2014 ac. OCT	% dif. AÑO 15-14
MADRID	277,8	273,8	1,5%
C.VALENCIANA	223,6	219,6	1,8%
CATALUÑA	235,3	236,9	-0,7%
ANDALUCIA	175,7	174,1	0,9%
CANARIAS	125,7	128,5	-2,2%
ARAGÓN	64,8	64,1	1,2%
CASTILLA y LEÓN	56,0	50,5	10,8%
EUSKADI	52,0	45,0	15,6%
GALICIA	46,4	38,3	21,2%
EXTREMADURA	21,3	21,2	0,4%
MURCIA	26,4	25,8	2,2%
BALEARES	26,4	25,8	2,3%
ASTURIAS	21,3	21,3	-0,3%
CASTILLA LM	12,3	13,1	-6,1%
CANTABRIA	11,4	10,9	4,2%
NAVARRA	12,2	11,6	5,2%
eCEUTA	8,2	8,1	1,6%
LA RIOJA	8,8	9,0	-2,9%
eMELILLA	1,5	1,5	1,7%
TOTAL	1.406,9	1.379,1	2,0%

Cuota mercado		Dif.	Salas	S/2014
2015	2011	15-11		
19,75%	20,47%	-3,6%	44	-5
15,89%	13,48%	17,9%	55	-1
16,72%	15,06%	11,1%	42	-6
12,49%	12,87%	-3,0%	34	-8
8,93%	10,21%	-12,6%	25	
4,61%	4,61%	-0,1%	14	
3,98%	4,08%	-2,5%	21	
3,70%	4,19%	-11,9%	13	1
3,30%	3,30%	0,0%	12	
1,51%	1,71%	-11,7%	8	
1,87%	1,74%	8,0%	5	
1,88%	1,86%	1,0%	6	
1,51%	1,78%	-15,3%	8	
0,87%	1,25%	-30,4%	6	
0,81%	1,10%	-26,7%	4	
0,87%	0,96%	-9,1%	2	
0,58%	0,60%	-3,7%	3	
0,62%	0,60%	4,0%	4	
0,11%	0,11%	-2,6%	1	
			307	-19

75%

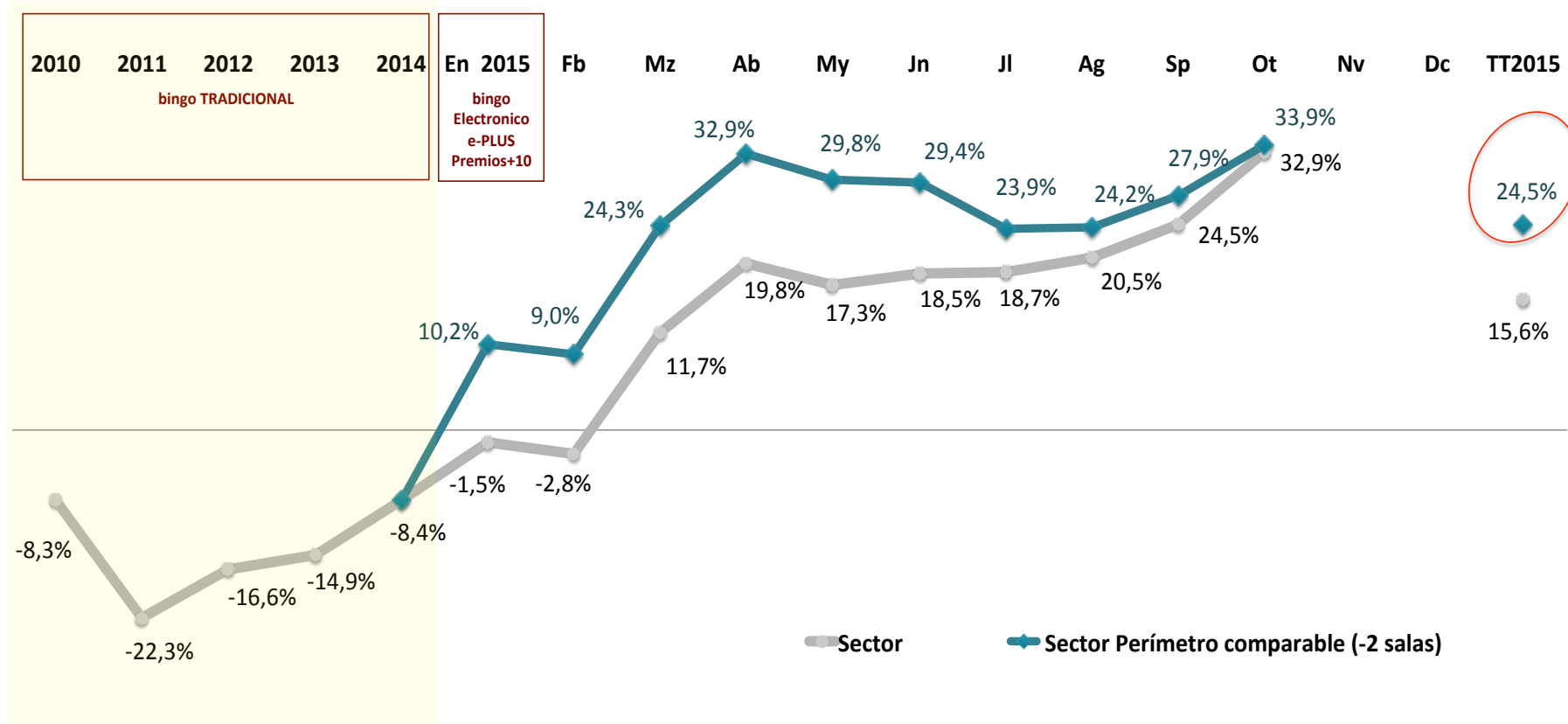
GALICIA/ Evolución de ventas de BINGO TRADICIONAL

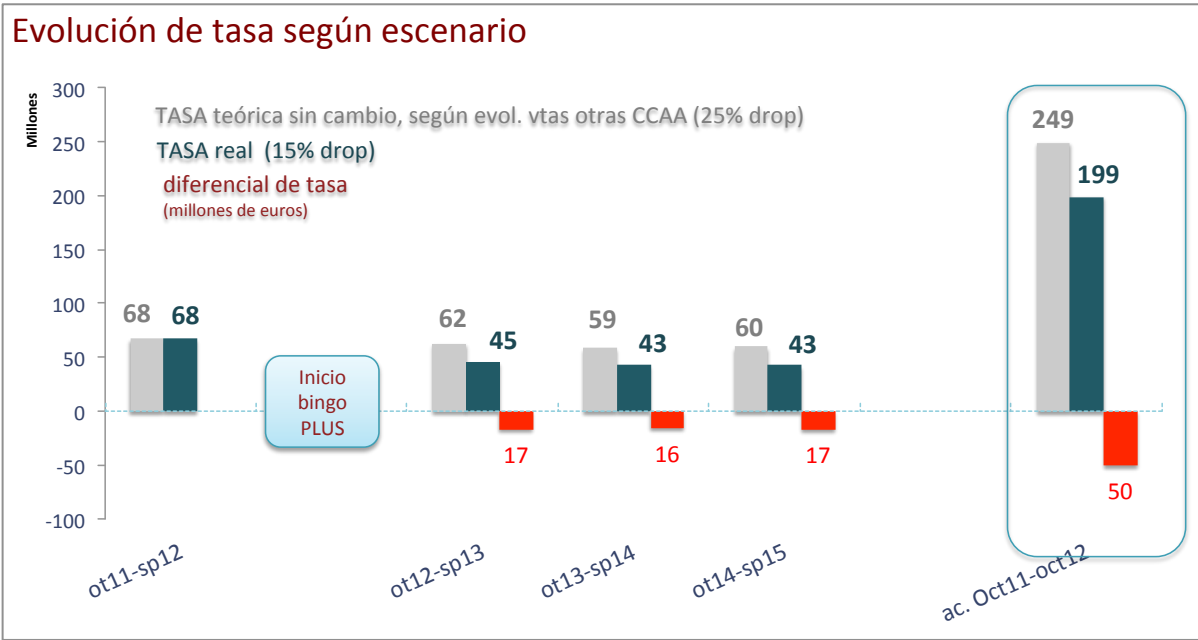
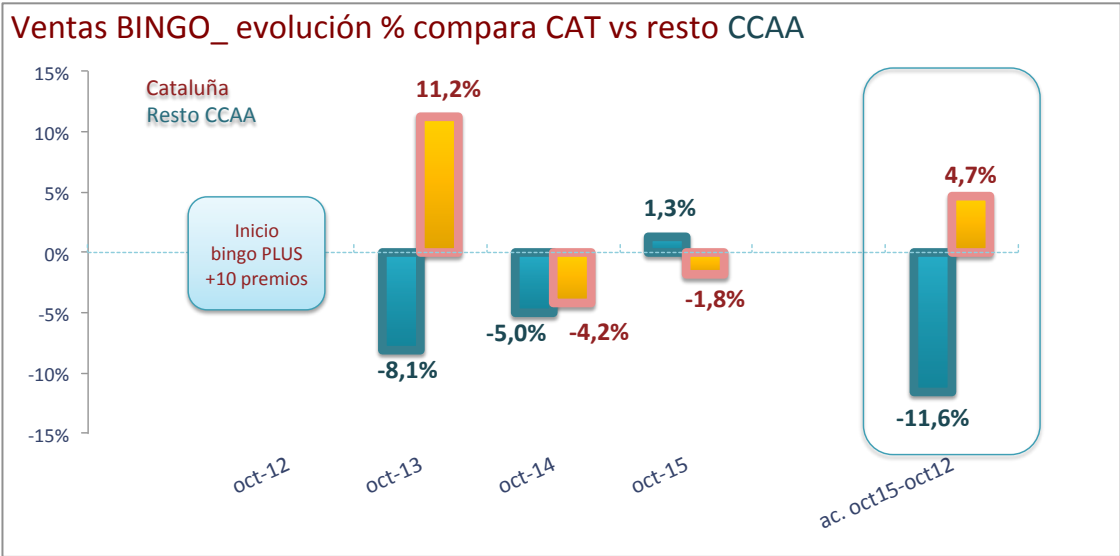
% sobre el mismo periodo del año anterior

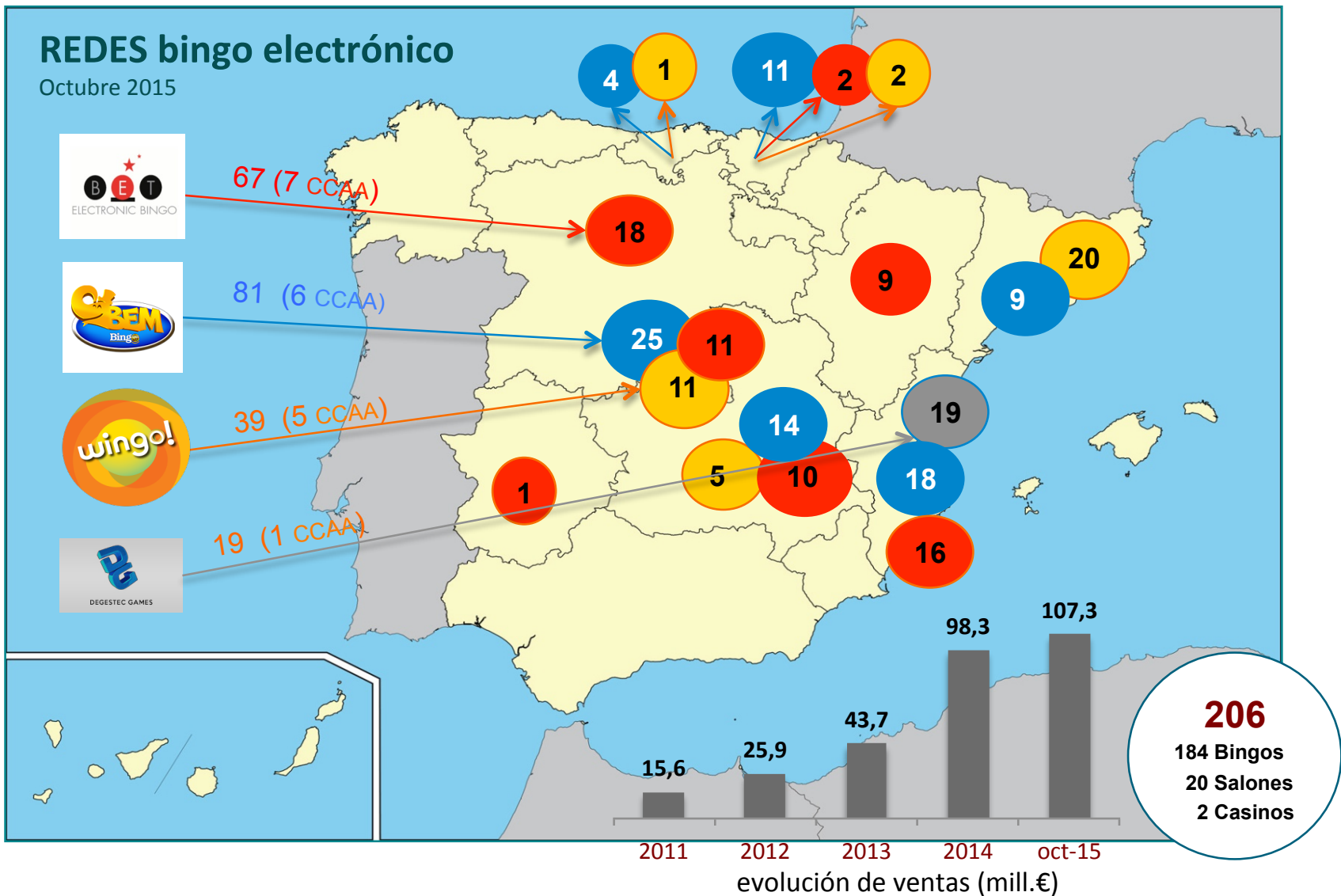


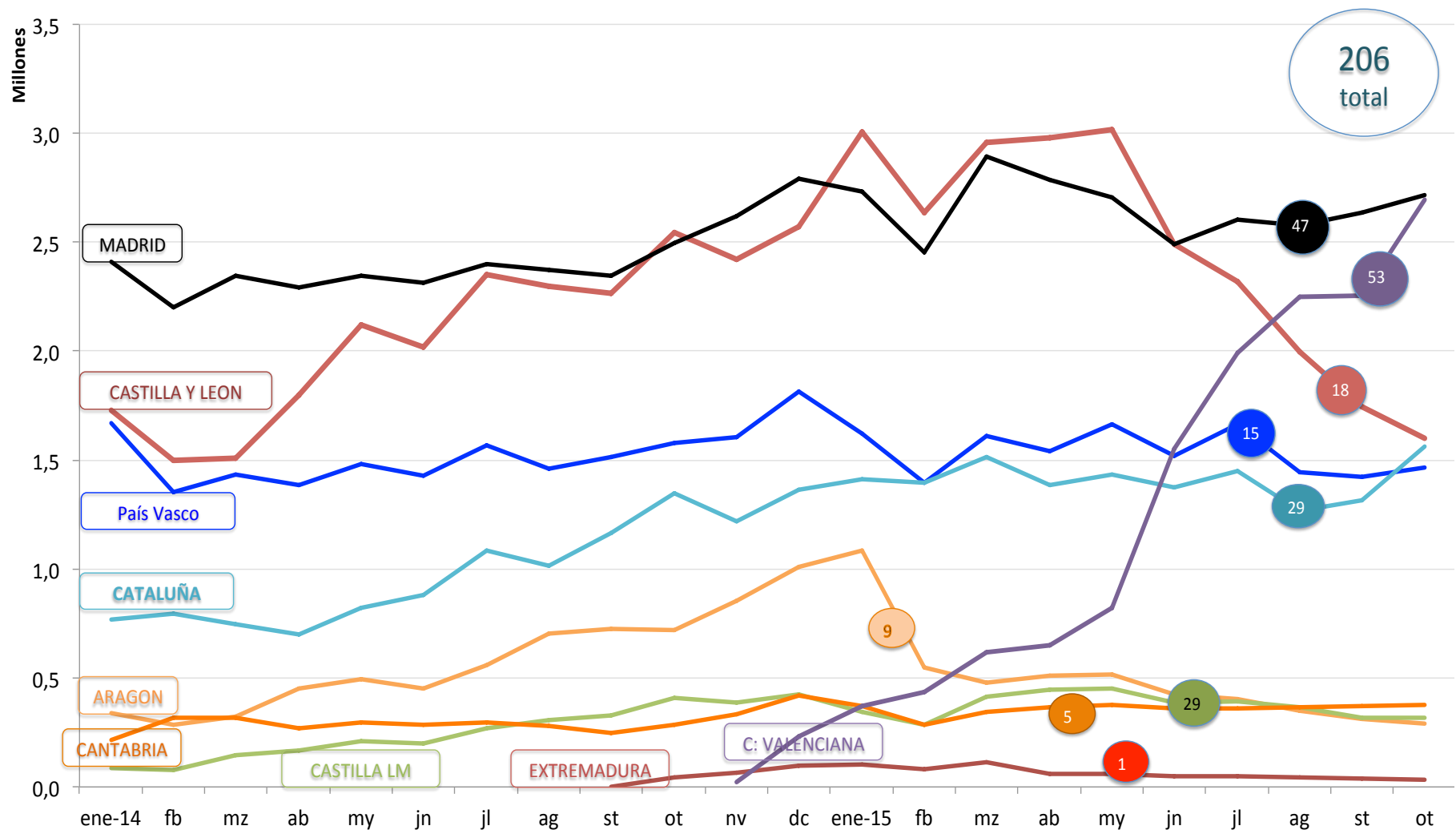
PAIS VASCO/ Evolución de ventas de BINGO

% sobre el mismo periodo del año anterior

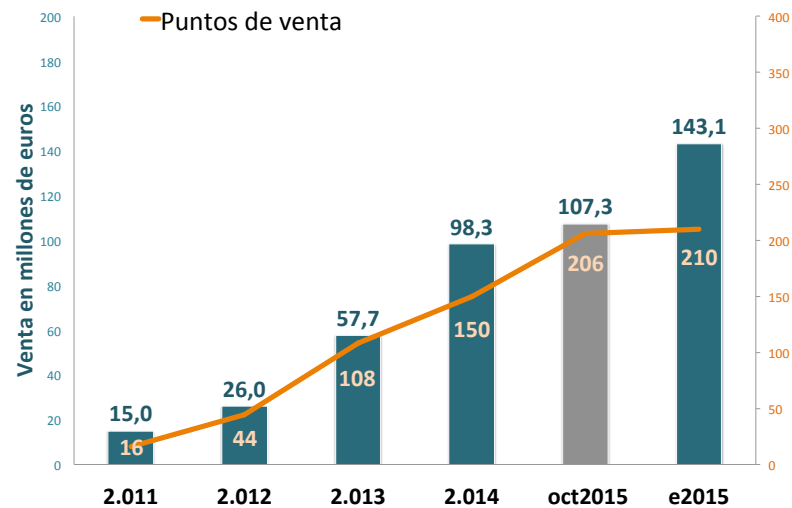






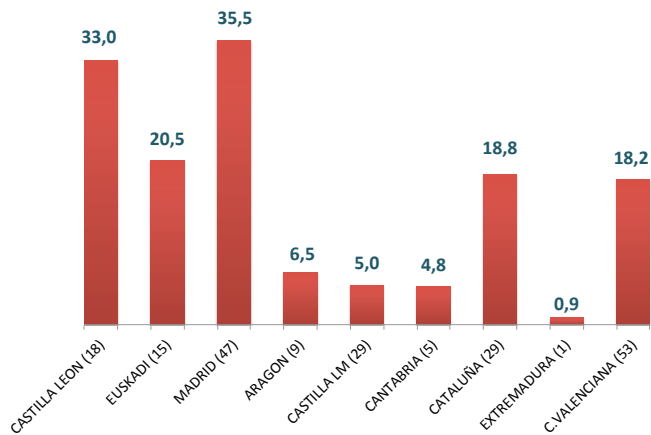


BE / evolución de venta estimada



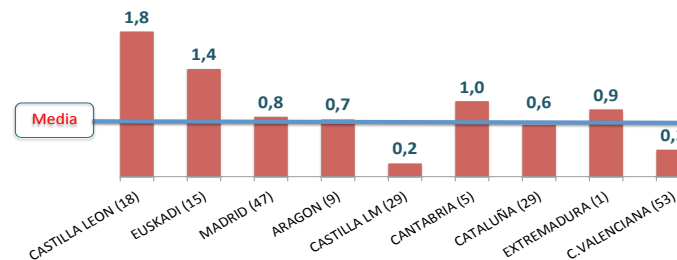
BE / venta estimada 2015 por CCAA

millones de euros



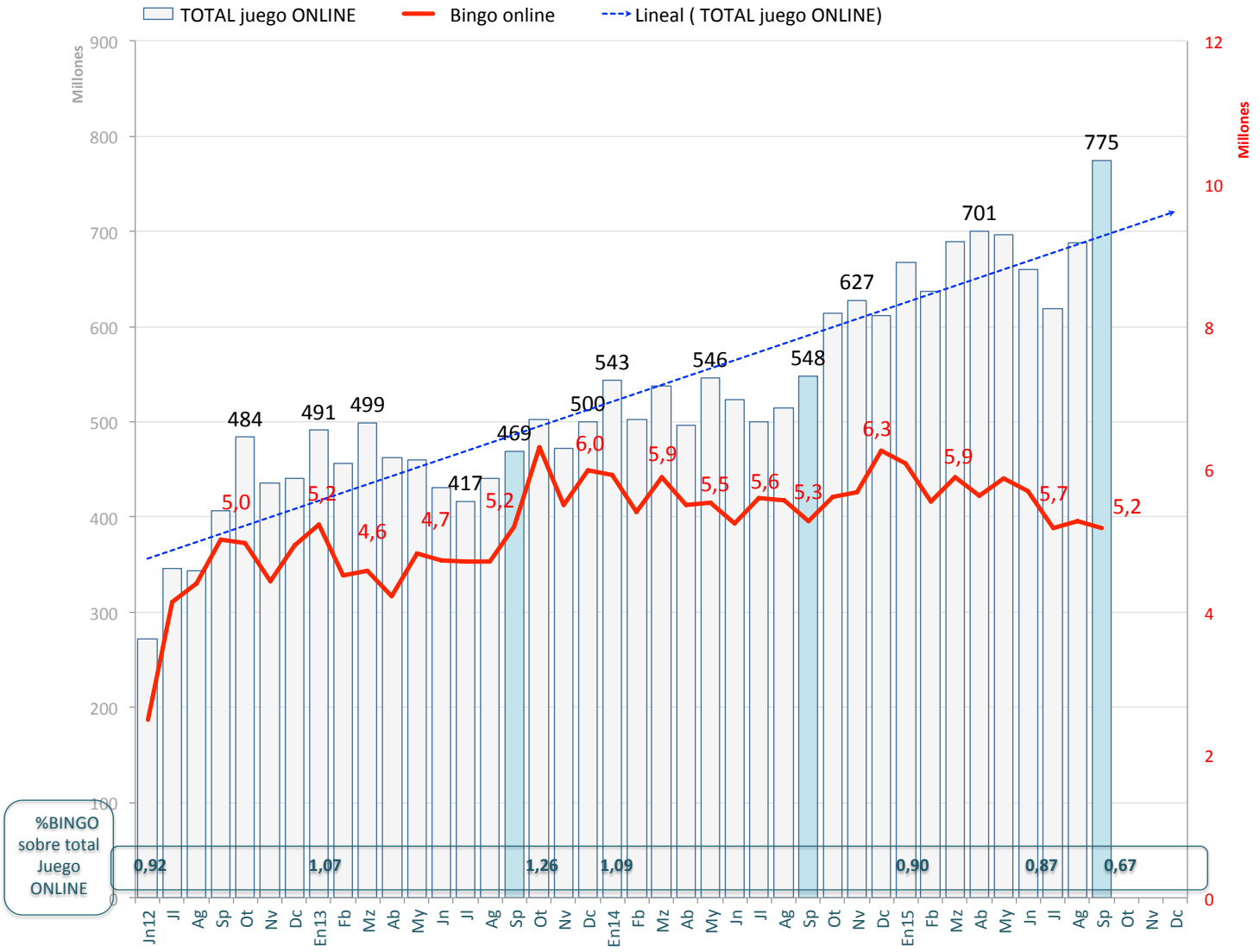
BE / venta estimada 2015 por CCAA__ media Sala x año

millones de euros



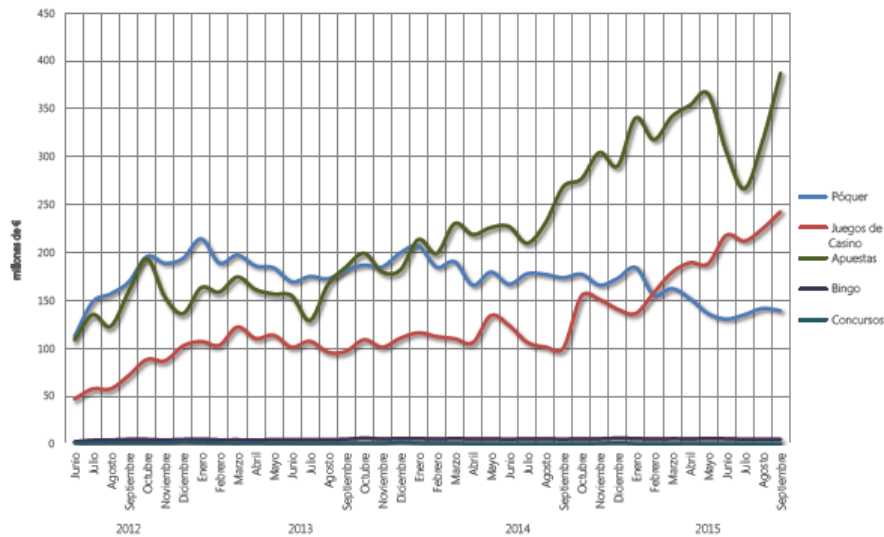
CANTIDADES JUGADAS

millones de euros



- ✓ Nuevas licencias desde jn15:
 - 29 de máquinas de azar
 - 3 de apuestas cruzadas
- ✓ Aumento de las cantidades jugadas
- ✓ Aumento notable del total GGR:
 - + Apuestas y juegos de Casino
 - = Bingo y Póker
- ✓ Gastos de captación y retención de clientes aumenta
- ✓ Mas usuarios registrados pero menos usuarios activos

Evolución: Cantidades jugadas mensualmente por segmentos - Resumen



Evolución: GGR mensual por segmentos - Resumen

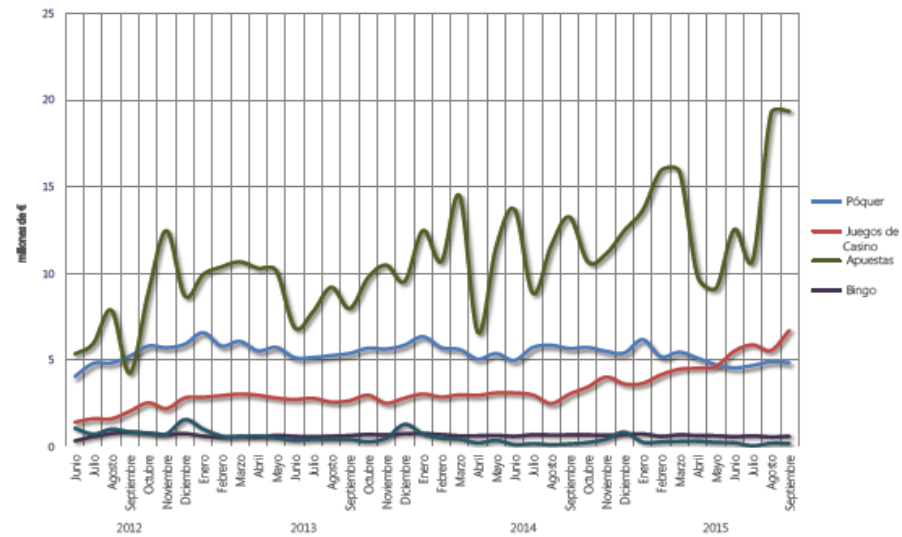


Tabla: Principales magnitudes (millones de €)

Concepto	2015			2014	
	2015.T3	2015.T2	% Variac.	2014.T3	% Variac.
1. Depósitos	205,66	196,48	4,67%	153,94	33,60%
2. Retiradas	126,85	138,29	-8,27%	93,75	35,32%
3. Cantidades Jugadas	2.081,41	2.057,14	1,18%	1.579,74	31,76%
4. Premios	1.997,24	1.993,92	0,17%	1.517,78	31,59%
5. GGR	84,17	63,22	33,13%	61,97	35,84%
6. Publicidad	17,99	19,07	-5,70%	12,64	42,29%

Tabla: Ratios sobre las principales magnitudes

Concepto	2015			2014	
	2015.T3	2015.T2	% Variac.	2014.T3	% Variac.
Depósitos / Cant. Jugadas	9,88%	9,55%	3,45%	9,74%	1,40%
Premios / Cant. Jugadas	95,96%	96,93%	-1,00%	96,08%	-0,13%
GGR / Cant. Jugadas	4,04%	3,07%	31,58%	3,92%	3,10%

Tabla: Gastos en publicidad, patrocinio y promoción (millones de €)

Concepto	2015			2014	
	2015.T3	2015.T2	% Variac.	2014.T3	% Variac.
Patrocinio	0,03	0,05	-44,15%	0,25	-88,05%
Afiliados	3,42	2,74	25,10%	3,00	13,99%
Publicidad	17,99	19,07	-5,70%	12,64	42,29%
Bonos	19,64	17,44	12,60%	6,65	195,15%

Tabla: Cantidades Jugadas y GGR trimestral (millones de €)

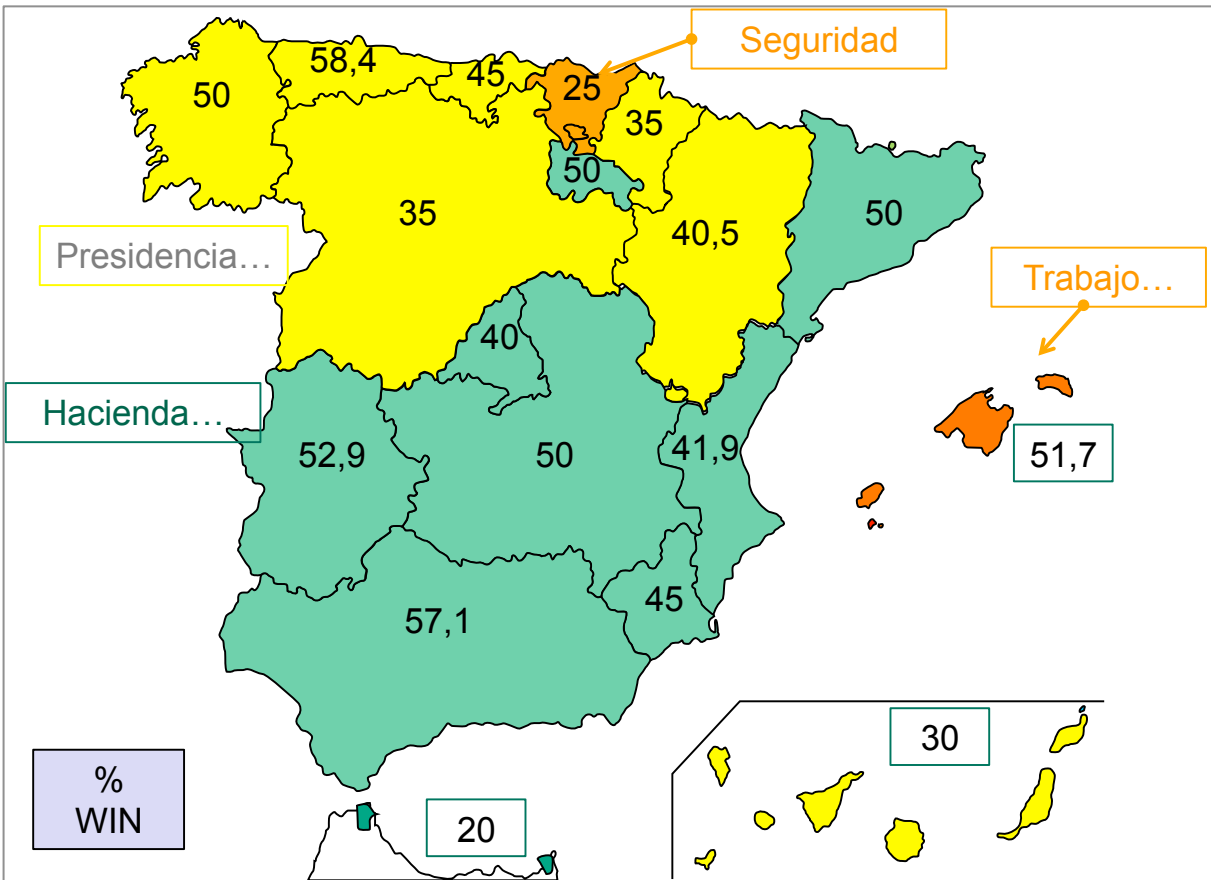
Mercado	2015					2014				
	Cant. Jugadas			GGR		Cant. Jugadas			GGR	
	2015.T3	2015.T2	% Variac.	2014.T3	% Variac.	2015.T3	2015.T2	% Variac.	2014.T3	% Variac.
1. Póquer	415,78	418,48	-0,64%	528,43	-21,32%	14,42	14,38	0,25%	17,23	-16,34%
2. Casino	679,44	595,60	14,08%	308,11	120,52%	18,13	14,68	23,54%	8,49	113,48%
3. Apuestas	969,91	1.024,65	-5,34%	718,81	36,84%	49,38	31,51	56,72%	33,73	46,41%
4. Bingo	15,64	17,20	-9,05%	16,44	-4,82%	1,79	1,85	-2,94%	2,04	-12,03%
5. Concursos	0,64	1,21	-47,09%	0,73	-12,24%	0,44	0,81	-44,93%	0,47	-5,61%

Tabla: Cantidades Jugadas y GGR trimestral por tipo de juego

millones de €

Mercado	Juego	Descripción	2015.T3		2015.T2				2014.T3			
			Cantidades Jugadas	GGR	Cantidades Jugadas	% Var. Cant.Jug.	GGR	% Var. GGR	Cantidades Jugadas	% Var. Cant.Jug.	GGR	% Var. GGR
Casino	AZA	Máquinas de Azar	155,67	5,85	39,64	292,75%	1,21	384,75%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
	BLJ	Blackjack	151,41	3,69	167,30	-9,49%	4,18	-11,77%	87,83	72,40%	2,40	53,72%
	PUN	Punto y Banca	0,41	0,01	0,63	-35,31%	0,01	42,78%	1,02	-59,99%	0,02	-26,23%
	COM	Juegos complementarios	0,01	0,00	0,02	-32,36%	0,00	-55,65%	0,07	-79,56%	0,00	-85,19%
	RLT-D	Ruleta Directo	120,41	2,96	125,77	-4,26%	3,04	-2,60%	-	-	-	-
	RLT-C	Ruleta Convencional	251,51	5,62	262,25	-4,09%	6,24	-9,99%	219,19	14,75%	6,07	-7,46%

CONSEJERIAS...mejor en Hacienda o en otras?



Avance en nuevas líneas de producto
Sobre JUEGOS DE BINGO: Bingo Electrónico de SALA

BES (Bingo Electrónico de SALA)

<<Modelo OBJETIVO>>

Autorizado Interesado

	OBJETIVO	ANDALUCÍA	ARAGÓN	ASTURIAS	BALEARES	CANARIAS	CANTABRIA	CASTILLA LEÓN	CASTILLA LM	CATALUÑA	CEUTA	EXTREMADURA	GALICIA	LA RIOJA	MADRID	MELILLA	MURCIA	NAVARRA	PAÍS VASCO	VALENCIA
Situación actual					BES DEC. 77/2015, 7 may	BES	MAXIBINGO ??	BES	BES			BES?		DINAMICO					e-Plus Orden 5/11/14	
tasa % win	10	25	20	20	25	30	15	15	20	30	20	25	30	15	20	20	15	25	25	15
% Premios actual	75 - 80	65	63	60,3	64,8	68	67	68	<70	68-70	60	66	70	67	70	64	69,2	60,7	74	69
% margen actual	22,5 - 18	15	22	16,5	17	22,4	18,15	20,8	<20	15-17	32	16	15	16,5	18	28,8	16,93	25,5	19,5	18

Avance en nuevas líneas de producto

Sobre **JUEGOS DE BINGO: bingo ELECTRONICO “de RED”**

- Reducir fiscalidad al 10%, coherente con la estrategia de implantación del BES
- Apertura al canal SALON a cambio de la modalidad de BES en exclusiva para las salas de Bingo.

Sobre **JUEGOS DE BINGO: bingo ONLINE**

- En caso de autorizarse deben reclamarse la aplicación de las mismas condiciones normativas para todas las modalidades de Bingo.
- Análisis del impacto del Bingo Online implementado a través de terminales por el canal presencial.

Sobre **MAQUINAS**

- Para poder evolucionar en esta área:
 - a) Eliminar las limitaciones de algunas CCAA en el número de B
 - b) Potenciar la Multipuesto donde estén limitadas o no existan (B, B3, B4, Bx...)
 - c) Con LIMITE en precio y premio deberíamos poder colocar cualquier tipo de máquina.
 - d) En Salas de Bingo NO EXIGIR el cambio a fichas.

Sobre **OTROS JUEGOS: APUESTAS**

- Como diferenciación con Hostelería la exigencia de cobro de premios en Bingos.
-

✓ Conclusiones de la última reunión de 5 de noviembre:

1. Evolución y situación del sector del Bingo en cada CCAA
2. Problemática del sector:
 - a. Fiscalidad del BT: debería aplicarse al 10% win
 - b. Rigidez Normativa: se solicita flexibilidad para adecuarse a la demanda
 - c. Nuevos Juegos: bingo electrónico de sala...
 - d. Reconocimiento del estatus como “locales de juego”
 - e. Juegos Ilegales: erradicación
 - f. Publicidad: equiparación.
 - g. Solicitud de datos a las CCAA
- 3 Se acordó dar traslado del acta a las administraciones de Juego de las CCAA



MINISTERIO
DE HACIENDA
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

SECRETARIA DE ESTADO
DE HACIENDA

DIRECCION GENERAL
DE ORDENACIÓN DEL JUEGO

**La comercialización de actividades de juego online de ámbito estatal mediante terminales físicos:
implicaciones del régimen jurídico aplicable**

Antecedentes

1. Ya previsto en la Ley 13/2011, de 27 de mayo
2. En tiempos recientes esta posibilidad de comercialización ha cobrado relevancia: iniciativas de las CCAA y operadores están desarrollando estrategias comerciales...
3. Corresponde a cada uno de los agentes económicos determinar si este canal de comercialización les resulta interesante desde un punto de vista comercial y operativo.
4. Ante lo anterior La DGOJ considera oportuno clarificar:
 - El marco jurídico estatal aplicable a las terminales presenciales de juego online (TPJO)
 - Las implicaciones fundamentales del mismo para los operadores con licencia estatal
 - La interacción entre el marco Estatal y la facultad Autonómica de autorización de las TPJO

Marco General

1. La actividad de juego a través de las TPJO deberán tener un carácter accesorio
2. La instalación necesitará de una autorización administrativa de la Comunidad Autónoma cuya legislación así lo requiera.
3. El material software, equipos, sistemas y otros deberán estar homologados.
4. Las máquinas auxiliares y los terminales , así como el software empleado por éstas , forman parte de la plataforma de juego y están sujetas a la homologación y certificación.
5. Las reglamentaciones básicas de los diferentes tipos de juego establecen que:
 - a. En el caso del juego de máquinas de azar online, únicamente podrán ofrecer juegos que respeten las especificaciones técnicas y en particular, las limitaciones de precios de partida, premios y retorno al jugador previstas en la normativa autonómica de aplicación.
 - b. En el caso del resto de juegos, únicamente podrá realizarse en aquellas ubicaciones físicas donde la normativa permita el juego concreto.

Requisitos de Homologación de las terminales

1. Únicamente interacción con el participante y la presentación
2. El juego reside en la unidad central independiente a la terminal
3. Operaciones registradas en la terminal
4. Identificación del establecimiento donde se ubique

Intervención Autonómica

1. Se apela a la Ley de Unidad de Mercado, en cuanto que:
 1. Principio de necesidad y proporcionalidad, en relación con:
 - a. el establecimiento de límites al acceso o ejercicio de las actividades económicas (justificación...)
 - b. el medio de intervención escogido (autorización, comunicación...)
 2. Simplificación de cargas (exceso de regulación o duplicidades...)
 3. Ningún tipo de barrera a la unidad de mercado (nueva solicitud de obtención de una autorización u homologación...)
2. En cualquiera de los casos los requisitos materiales exigidos en sede autonómica para la instalación de terminales online no pueden resultar mas gravosos que los exigidos a los juegos cuya comercialización se permite en la ubicación.
3. La Comunidad Autónoma debe realizar un ejercicio proporcionado de cuáles son los elementos a que el juego comercializado a través de terminal debe sujetarse con independencia del origen del mismo, de manera que el interés público, en concreto la salud pública, quede adecuadamente salvaguardado.

▪ ITALIA

- ✓ Solicitud de apoyo de FEDERBINGO, asociación de Bingos de Italia, para demanda en Bruselas ante el nuevo concurso de licitación de licencias de Bingo (250) convocado por el Estado en el país y que contrasta con regulaciones territoriales restrictivas (regiones y municipios).
- ✓ Restricciones que afectan a horarios y requisitos de ubicación, por ejemplo, de distancias con lugares “sensibles”, como escuelas, colegios, etc.. y que podría provocar el cierre de salas hoy en funcionamiento.
- ✓ Se han impugnado, por parte de los titulares de licencias, ante los tribunales administrativos como defensa de los derechos otorgados por el Estado, sin embargo, los tribunales dictaminaron de forma diferente, a veces confirmando el poder legislativo de las regiones basándose en la defensa de la salud pública de los habitantes de la región en cuestión.
- ✓ Solicitan a la Comisión Europea la apertura de un procedimiento de infracción y piden al Tribunal Europeo de Justicia exija el cumplimiento del marco de Juego Italiano acorde con los principios del Tratado de la UE en cuanto a la libertad de servicios y establecimientos.

▪ Ruegos y preguntas..

