



RESPONSIBLE GAMING STANDARDS

ESTÁNDARES EUROPEOS DE JUEGO RESPONSABLE

1. INTRODUCCIÓN

Las Loterías Europeas se comprometen a abordar el juego ilegal y las actividades delictivas relacionadas con el mismo minimizando al mismo tiempo todo daño potencial a la sociedad y, en particular, a los grupos vulnerables¹, en concreto a través de la expansión controlada del juego. La formación y la prevención se encuentran en la vanguardia de los principales compromisos de las Loterías Europeas en materia de juego responsable.

Estos estándares han sido elaborados por el Grupo de trabajo de RSC / Juego Responsable de EL e incluyen la aportación de los Miembros de EL. Los objetivos de los estándares son:

1. Fomentar la continuidad del orden público, la integridad y la lucha contra el juego ilegal y las irregularidades financieras, tal como se definen en la legislación Europea.
2. Identificar las mejores prácticas con respecto al juego responsable en el sector de la lotería.
3. Permitir a los Miembros de EL introducir el juego responsable como parte integral de sus operaciones diarias y, de esta manera, minimizar el daño potencial a la sociedad.
4. Establecer reglas claras para los Miembros de EL, relativas a sus operaciones, con el fin de:
 - asegurar que los intereses de los jugadores y grupos vulnerables sean protegidos (por ejemplo, excluyendo los jugadores con edad inferior a la permitida, y minimizando el daño a los jugadores con problemas que siguen jugando).
 - asegurar el cumplimiento con las leyes, reglamentaciones y responsabilidades correspondientes.
 - desarrollar prácticas adecuadas en base a la información y la investigación pertinentes.

¹ El término "grupo vulnerable" puede vincularse a distintos aspectos de la sociedad, pero, en estos estándares, se refiere a: los que tienen edad inferior a la que la ley permite para jugar, aquellos con ingresos bajos, los que ya padecen adicción al juego, los que están bajo los efectos del alcohol o drogas ilegales, los que son agentes de ventas, empleados o contratistas, y/o los que no son conscientes de los riesgos relacionados con el juego desordenado.



- desarrollar una mejor comprensión del impacto social del juego y contribuir al entendimiento constante de los problemas relacionados con el juego.
 - promover la implementación de prácticas de juego responsable en todos los aspectos de las actividades de los Miembros, y de las actividades de sus agentes.
 - proporcionar al público información precisa y adecuada para que pueda hacer una selección concienzuda de sus actividades de juego.
 - mejorar e informar, de manera regular, al público y los grupos de interés sobre los programas de juego responsable.
5. Ofrecer a los Miembros de EL la oportunidad de demostrar a la sociedad que sus programas de juego responsable son un estándar del nivel apropiado y que se verifican de forma independiente.
 6. Promover una buena reputación que refleje con exactitud la integridad de los Miembros como operadores de juego responsables.

El tratamiento de personas con problemas vinculados al juego es del dominio de terapeutas y otros especialistas en servicios médicos.

Si bien, los Miembros de EL se comprometen, cuando existan proveedores de servicios de tratamiento (véase (2) vii), a colaborar con/ aportar su apoyo a los prestadores de dichos servicios, el objetivo principal de los Miembros es establecer programas de juego responsable con el fin de minimizar los riesgos para la sociedad en general, y los grupos vulnerables en particular, y de promover el juego responsable entre todos los jugadores. Se basarán en los principios de prevención y formación.

Los estándares de juego responsable fueron aprobados por primera vez en la Asamblea General de EL en 2007. Quedan complementados por el Marco de Certificación de EL que fue aprobado en la Asamblea General en junio de 2009. Todos los Miembros deben asegurarse de que cumplen, en todo momento, con las leyes en vigor en sus jurisdicciones respectivas. Para adaptarse al rápido cambio del mundo del juego y al conocimiento e investigación en el área de juego responsable estos estándares de juego responsable deberán revisarse con regularidad.

Los estándares son el elemento primordial de la política de juego responsable de EL; el marco incluirá otros documentos que complementan los estándares, por ejemplo códigos de conducta específicos (como el Código de Conducta sobre Apuestas Deportivas) y el Marco de Certificación de EL en relación con las prácticas de juego responsable en el seno de la comunidad EL. Los estándares están diseñados para ser un complemento a los Principios y Marco de Juego Responsable de la WLA, en este sentido los estándares de EL especifican resultados que pueden ser medidos (esto es, explican acciones específicas que los Miembros de EL deben tomar y que pueden ser medidas). Se espera que, a través de la implementación de los estándares de EL de juego responsable, los Miembros de EL cumplirán con el Nivel 4 del marco de WLA. No obstante, la intención es que los estándares EL, cuando sea necesario, vayan más allá de un simple cumplimiento con el marco de WLA, tal como se requiere en Europa.

El documento no sustituye a las leyes aplicables o regulaciones en la jurisdicción de cada Miembro, pero fija estándares de juego responsable que las Loterías Estatales miembros de EL se comprometen a implementar.



2. ESTÁNDARES

I. INVESTIGACIÓN

Los Miembros deben, en contacto con los grupos de interés apropiados, fomentar (o sea: iniciar, dialogar, comunicar resultados) la investigación y/o estudios, incluyendo de fuentes independientes a fin de contribuir a la comprensión de la sociedad de los problemas vinculados al juego desordenado.

Esto puede incluir la dotación de fondos para investigaciones y/o estudios, así como organizar la participación en seminarios, conferencias y el apoyo a las actividades de EL en iniciativas sobre juego responsable.

La responsabilidad de estudios de prevalencia (epidemiológicos) suele corresponder al Estado. Sin embargo, los Miembros deben cooperar con esos estudios cuando se les requiera.

Esos resultados deben usarse para la formulación de medidas futuras de juego responsable.

II. FORMACIÓN DE LOS EMPLEADOS

Los Miembros han de asegurar que los empleados estén formados e informados acerca del juego responsable. Los empleados deben recibir una formación sobre el juego responsable y tener un conocimiento de lo que puede llevar al juego desordenado.

Los Miembros deben informar a todos sus empleados de sus programas de juego responsable por medio de los canales de comunicación apropiados, al menos una vez al año.

Los Miembros deben asegurarse de que se revise y se actualice la formación regularmente, por ejemplo de forma anual.

Los Miembros deben asegurarse de que existe un nivel apropiado de concienciación sobre juego responsable en su organización, de forma que el juego responsable sea parte integral de sus operaciones diarias.

Los trabajadores relevantes (incluido el personal temporal y por servicio), en base a las necesidades de su puesto y su interacción con los clientes, deben recibir formación sobre juego responsable, incluyendo (cuando sea aplicable) formación referente a derivación a proveedores de servicios de tratamiento para los jugadores con problemas potenciales de juego desordenado. Debería darse preferencia a formadores especializados en esta materia para la impartición de este tipo de formación.

Esta formación debería darse a los empleados del servicio de atención al cliente sobre los temas relacionados con el juego desordenado para asegurar el manejo rápido y eficaz de la auto-exclusión y de los periodos de reflexión (cooling-off). Los cursos de actualización deberían emprenderse siempre cuando sea necesario, pero por lo menos una vez al año.

En aquellas jurisdicciones en que esté fijada por ley una edad mínima para poder participar en los juegos, todos los empleados que venden productos de lotería deberían recibir formación que les capacite para requerir la validación de la edad de una persona por medios adecuados (por ejemplo carné u otras formas de identificación) y que incluya información sobre el proceso a seguir en caso de que se necesite verificación adicional.

El departamento de RSC, el responsable del cumplimiento y/u otro grupo responsable equivalente debería siempre supervisar que se ha completado la formación propuesta.



III. PROGRAMAS PARA AGENTES DE VENTAS

Se debe entregar a todos los agentes de ventas material informativo (por ej., folletos, carteles, etc.) para elevar su nivel de concienciación sobre juego responsable y para formarlos en cuestiones relativas al juego desordenado.

Los Miembros deben asegurarse de que los agentes de venta están informados (por escrito) de que está prohibido ofrecer crédito a los jugadores, excepto la aceptación para el pago con tarjetas de crédito (en ciertas jurisdicciones).

Cuando los Miembros ofrezcan posibilidades de auto-exclusión, tales como con tarjetas de jugador, los agentes de ventas deben estar informados (por escrito) sobre cómo funcionan los esquemas y como se pueden activar/desactivar por o para el jugador.

Antes de que se autorice la venta a los nuevos agentes de ventas deben haber recibido formación sobre juego responsable. Se puede facilitar formación personalizada a los agentes de ventas según la gama de productos que vendan (por ejemplo, se debería dar formación especial a los minoristas que ofrecen MEJ). Se debería dar preferencia para impartir este tipo de formación a formadores especializados en esta materia.

Los Miembros deben evaluar regularmente, cuando sea aplicable, la viabilidad de proporcionar formación a los agentes de ventas respecto a la derivación a proveedores de servicios de tratamiento y sobre la materia de juego desordenado.

Los Miembros deben revisar la adecuación y la eficacia de los Programas de juego responsable relacionados con los agentes de venta al menos una vez al año.

IV. DISEÑO DEL JUEGO

Antes de lanzar cualquier nuevo producto/servicio, los Miembros deben realizar una evaluación de impacto social empleando un proceso estructurado de evaluación para valorar los factores de riesgo relevantes. Los Miembros deben implementar estrategias eficaces para minimizar los impactos negativos de esos factores de riesgo. Los factores de riesgo deben documentarse y registrarse claramente toda estrategia de minimización de daño de forma que la evaluación pueda ser revisada según sea necesario.

Por lo tanto, los Miembros han de ser conscientes de los factores de riesgo relativos al juego desordenado a nivel de producto (por ej. evento/frecuencia, probabilidades de ganar, casi-ganador), a nivel de su oferta (por ej., lugar y número de puntos de juego) y a nivel organizativo (por ej. marketing y publicidad).

Los Miembros solo deben operar nuevos tipos de productos/servicios que hayan sido considerados de "alto riesgo" (durante la evaluación de impacto social) si ello le permite reducir o regular eficazmente un riesgo ya existente en el mercado (por ejemplo un producto/servicio operado por alguien que no sea una Lotería Miembro).

Los Miembros deben considerar si las evaluaciones de impacto social deberían ser revisadas por una tercera parte independiente, en particular aquellas que señalen al productos/servicios como de "alto riesgo", y documentar la decisión/conclusión como parte de la evaluación del impacto social.

Cuando sea operacionalmente posible o posible de conformidad con las leyes del país, se deberían proveer opciones de auto-exclusión voluntaria para cualquier jugador (y no únicamente para los que ya padecen problemas de juego desordenado).



V. CANALES DEL JUEGO REMOTO

Las comprobaciones de los consumidores mencionadas a continuación se realizarán bajo un proceso formal y documentado.

Como mínimo, el registro de consumidores exige que el consumidor indique su nombre, edad, dirección y nombre de usuario y contraseña únicos. Cuando sea posible, los Miembros utilizarán sistemas de verificación de terceros para comprobar la información indicada, y/o la elegibilidad para jugar.

Cuando sea aplicable y dependiendo del tipo de productos ofrecidos, los Miembros deben asegurarse de que sus plataformas de juego remoto (Internet, TV, telefonía móvil) incluyen, según las normas de cada jurisdicción, por ejemplo:

- **Comprobación de domicilio.**
La comprobación de domicilio indicada por un consumidor ha de ser verificada formalmente por el Miembro y/o una tercera parte, antes de considerarse el consumidor como “plenamente registrado”.
- **Sistema de control/verificación de edad.**
La edad del consumidor ha de ser formalmente verificada por el Miembro y/o una tercera parte (según las regulaciones de la jurisdicción), antes de considerarse el consumidor como “plenamente registrado” por el Miembro. Debe quedar claro que no se acepta el juego de los menores, mediante señales de “no menores de” 16, 18 o 21 (según las normas de cada jurisdicción) y debe aparecer un mensaje claro al respecto. Los Miembros deberían llevar a cabo una política clara y documentada si se identifica a un jugador menor, incluyendo la devolución

de depósitos y cómo tratar las apuestas realizadas y las ganancias. Los Miembros deberían promover el uso de un programa de control parental reconocido para hacer posible que los padres impidan a los menores tener acceso a páginas web de juego. En los casos en los que no haya ley relativa al juego de menores en una jurisdicción en particular, deben transmitirse advertencias sobre los riesgos del juego de menores por parte de la Lotería, y el Miembro debe hacer todo lo posible para no aceptar el juego de menores.

- **Límites sobre juego (tiempo), gasto, depósitos y/o pérdidas, fijados por el consumidor y/o fijados por defecto por el sistema.**
Algunos límites obligatorios (fijados por el usuario o propuestos por el sistema) han de definirse antes de que el consumidor pueda jugar. Los consumidores deben tener todas las oportunidades para modificar sus límites. La disminución del límite ha de ser efectiva sin demora. El aumento del límite tendrá lugar después de un periodo de reflexión (cooling-off) mínimo (por ejemplo 24 horas).
- **Ninguna línea de crédito.**
Un Miembro no debe nunca permitir un balance negativo en la cuenta de ningún consumidor.
- **Opciones de auto-exclusión voluntaria para los jugadores.**
Los procedimientos de auto-exclusión voluntaria deben estar claramente documentados en la página web. Los jugadores deben tener la oportunidad de auto-excluirse solos mediante la página web. Además, la auto-exclusión debe también ser posible a través de los servicios de atención al cliente. Ningún esfuerzo de marketing estará específicamente destinado a consumidores auto-excluidos durante el periodo de exclusión.



- Comprobación de situación (por ej. reloj, alertas sobre límites, periodos de reflexión).
Para algunos juegos en los que el tiempo es importante (por ejemplo competiciones de sorteos de frecuencia elevada entre jugadores como el póker...), información sobre el tiempo de conexión y/o un reloj deberían aparecer permanentemente en todas las páginas. Dependiendo del tipo de juego, un consumidor debería tener la oportunidad de añadir otros tipos de comprobación tales como alertas sobre límites y/o tiempo invertido en una sesión (especialmente durante una competición entre jugadores donde el tiempo invertido puede convertirse en un problema).
Los jugadores deberían también tener acceso a información relativa a su actividad de juego en todos los medios (tales como Internet, móvil, tablets, TV digital, etc.) en los que pueden jugar, por ejemplo:
 - Saldo de cuenta
 - Apuestas en un periodo determinado (sesión, día, semana, mes,...)
 - Ganancias, pérdidas, depósitos,...A fin de dar más información a los consumidores, cada juego debería terminar claramente indicando el resultado: victoria o pérdida, y se debería determinar un tiempo mínimo entre dos juegos (por ejemplo 10 segundos).
Un logo u otro tipo de advertencia debería incluirse en todas las páginas de la web, para informar a los jugadores acerca de los riesgos relacionados con el juego.
- Controles de protección de datos.
El operador tiene que hacer lo posible por proteger a la privacidad del consumidor y debe documentar su política de privacidad en su web. Los consumidores deberían tener la oportunidad, entre otras cosas, de prohibir la divulgación de sus datos personales a cualquiera tercera parte a efectos de marketing y de corregir sus datos personales. En general, se debe tener especial cuidado para proteger los datos personales de todos los consumidores.
- El valor económico de las apuestas se debe indicar.
El valor económico y la moneda de las apuestas deberían siempre visualizarse con fin de proporcionar la mejor información posible al consumidor.
- Posibilidades de auto-evaluarse para ayudar a las personas a valorar si juegan de forma responsable.
Se debería poder acceder a una página, o sub-sitio, dedicada al juego responsable desde cualquier página de la web:
 - un procedimiento de auto-evaluación (auto-test) aprobado y sencillo para determinar el potencial de riesgo,
 - explicaciones sobre cómo seguir siendo un jugador de riesgo muy bajo.Todas las informaciones relativas al juego responsable deberían existir en todos los idiomas en los que se pueda jugar.
- Enlaces en cada página web para proporcionar información sobre juego responsable, las políticas del Miembro sobre juego responsable y fuentes de consejo y de apoyo (por ej., números de las líneas de teléfono de ayuda, derivación a proveedores de servicios tratamiento). Los Miembros deben asegurarse de que el personal de centros de contacto sea capaz de remitir a dichas fuentes de consejo o apoyo.



VI. PUBLICIDAD Y MARKETING

La publicidad de los Miembros no debe ir directamente dirigida a los grupos vulnerables (ya sea por edad, estatus social o hábitos de juego).

El operador debería:

- Evitar la publicidad que esté dirigida a personas con edad inferior a la permitida en cualquier anuncio o material promocional relacionados con el juego
- No animar a jugar a las personas con edad inferior a la permitida
- Mostrar claramente y visiblemente la declaración sobre la prohibición de juego para las personas con edad inferior a la permitida
- No representar personajes reales o de fantasía especialmente diseñados para menores
- No poner anuncios durante programas específicamente destinados a menores

Si es posible, todos los anuncios comerciales y la comunicación promocional deberán contener una advertencia sobre la restricción de edad.

Los Miembros deben adoptar un código de "publicidad y marketing" que asegure que las actividades de publicidad y de promoción de ventas no incitan al juego de personas con edad inferior a la permitida o al juego desordenado y no dan a los jugadores información engañosa tal como falsas impresiones sobre las probabilidades de ganar.

Los Miembros deben también cumplir con los códigos relevantes voluntarios y/o obligatorios relativos a la provisión de sus servicios. Cualquiera tercera parte involucrada en las campañas de comunicación debería cumplir el código. Los códigos propios de cada Miembro deben especificar qué códigos obligatorios y/o

voluntarios son aplicables a sus operaciones.

El Código debe asegurar que las campañas de publicidad y de marketing:

- No ofrecen incentivos irrazonables por fidelidad vinculados a aumentar más la proporción de premios por jugar más.
- Se centran en el entretenimiento y no hacen mención o sugieren que el juego es una alternativa al trabajo o una manera de salir de dificultades económicas.
- Limitan el uso de promociones comerciales para los que gastan más.
- Muestran las condiciones aplicables a las actividades promocionales, hacen constar la fecha y la hora y no las modifican de manera injustificada después de la actividad de juego.
- Siempre muestren correctamente las posibilidades de ganar, premios y probabilidades, etc.
- Excluyen todo contenido diseñado para explorar las preocupaciones económicas de los individuos.
- No incitan a los consumidores a que recuperen sus pérdidas
- No fomentan la discriminación étnica, por nacionalidad, religión, sexo/género, orientación sexual o edad.
- Excluyen todo contenido que incluya o incite a la violencia, abuso de temas sexuales o comportamiento ilegal.
- No cooperen o apoyen enlaces a otros anuncios que ofrezcan créditos instantáneos que puedan ser materializados de forma inmediata para su empleo en el juego.
- Ofrecen un servicio para darse de baja o excluirse de todas las comunicaciones por correo electrónico o SMS.



VII. DERIVACIÓN A PRESTADORES DE SERVICIOS DE TRATAMIENTO

Los Miembros deben dialogar activamente con organizaciones especializadas en el juego responsable y/o desordenado, centros de tratamiento y/o profesionales de la salud a fin de comprender mejor los puntos de vista de los jugadores con problemas asociados al juego desordenado sobre el impacto que tienen sobre su situación los productos de lotería y su publicidad.

Cuando existan en su jurisdicción proveedores de servicios de tratamiento, el Miembro debe (excepto si una entidad alternativa ha sido seleccionada para ello en su jurisdicción) facilitar a los jugadores y a los agentes de venta información relevante y cooperar con los prestadores, en lo referente a los servicios de tratamiento disponibles para jugadores con problemas asociados al juego desordenado. Tal información (detalles de contacto/números de teléfono) debe estar disponibles en forma impresa y deberían ser claramente visibles en los lugares donde se juega, así como estar disponibles en los webs de los Miembros.

La aplicabilidad, adecuación y eficacia de dichas disposiciones deben ser revisadas por los Miembros al menos una vez al año.

VIII. INFORMACIÓN E INSTRUCCIÓN DEL JUGADOR

Los Miembros deben incluir los siguientes aspectos en la información diseñada para los jugadores (incluyendo los canales remotos):

- Las reglas del juego han de estar disponibles para los consumidores en cualquier momento

- Cuando es posible jugar en varios idiomas, las reglas y las informaciones sobre juego responsable han de estar disponibles en estos mismos idiomas
- Información detallada sobre las probabilidades de ganar de cada juego que permita al público ponderar los riesgos y beneficios de jugar
- La estructura de reparto de los premios ha de estar disponible para el jugador
- La página de inicio de la web del Miembro debe mostrar claramente las medidas de restricción de edad, por ejemplo “no menores de 18” (según proceda en la jurisdicción competente)
- En el caso en el que no existe un límite de edad legal (o fijada por el operador), debe existir una declaración sobre los riesgos relacionados con el juego para los menores de edad.
- La web ha de proporcionar informaciones acerca del juego responsable y de la protección del consumidor
- Información sobre límite de edad, juego responsable, protección del consumidor así como información sobre dónde acudir para obtener ayuda en caso de problemas asociados al juego desordenado.

Si la información susodicha no está disponible en versión impresa en los locales donde se juega (por ej. en almacenes minoristas), los Miembros deben asegurarse de que los detalles sobre cómo obtener dicha información estén claramente disponibles para los jugadores/agentes de venta. Si dicho material se dispone de forma impresa, debe colocarse donde se pueda acceder discretamente. Si hay cajeros automáticos bancarios en el local, los folletos de información deben colocarse cerca de ellos.



IX. DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Los Miembros deben entablar diálogo activo – oficial e informal– con sus principales grupos de interés (tales como grupos confesionales, grupos de presión contra el juego, las organizaciones benéficas relevantes, los especialistas en tratamiento, los trabajadores sociales y los investigadores académicos) y mencionarlo en sus mecanismos de reporte. El diálogo debe cubrir asuntos relevantes tanto para los grupos de interés como para el propio Miembro. Debería formar parte de este proceso una amplia gama de grupos de interés.

El diálogo debería brindar a los grupos de interés la oportunidad de expresar preocupaciones o preguntas que consideren relevantes.

Los Miembros deben integrar los resultados del proceso de diálogo con los grupos de interés en sus procesos estratégicos de toma de decisión y deben informar (realimentar) a los grupos de interés pertinentes sobre los resultados del proceso de diálogo.

X. INFORMES (REPORTING), MEDIDAS Y CERTIFICACIÓN

Los Miembros deben informar –dar cuentas– (report) (o haber aceptado comenzar a hacerlo desde fecha determinada) sobre el impacto y la extensión de sus programas de juego responsable. El informe debe incluir políticas de juego responsable, objetivos, compromisos e indicadores y se debe realizar periódicamente.

Dicho proceso de rendimiento de cuentas debe ser transparente, utilizando los canales más apropiados y accesibles para los grupos de interés objetivo.

Los Miembros deben organizar una verificación independiente de sus actividades vinculadas al juego responsable respecto al estándar de juego responsable de EL, siguiendo el proceso descrito en el marco de certificación del estándar de juego responsable de EL.

Los Miembros que ya han sido certificados tendrán que emprender una evaluación parcial en el periodo de tres años de la certificación.

XI. MÁQUINAS ELECTRÓNICAS DE JUEGO (MEJ)

Las MEJ incluyen los VLT (Terminales de videolotería), los AWP (Máquinas expendedoras de regalos), los OVT (Terminales de video interactiva) y los EIL (Lotería instantánea electrónica). Los Miembros deben tomar en consideración el hecho de que los juegos de lotería ofrecidos a través de las MEJ encierran un mayor potencial de desarrollo de adicción al juego para los jugadores que los demás juegos de lotería.

Al comprar e instalar nuevos juegos de MEJ, se debe considerar la velocidad del juego en relación con su potencial de inducir juego compulsivo. Los Miembros deberían tener la opción de controlar la velocidad del juego a fin de seleccionar la velocidad apropiada (apropiada = discutida con especialistas)

La MEJ debe estar colocada en un lugar central. La MEJ no se oculta y los minoristas deberán ser capaces de ver la máquina en todo momento (con el fin de evitar que las personas con edad inferior a la permitida jueguen). La MEJ también se colocará de modo que permitan al personal reaccionar ante las infracciones.



THE
EUROPEAN
LOTTERIES

FOR THE BENEFIT OF SOCIETY

Cuando sea posible la MEJ debe de disponer de mensajes de prevención en la pantalla. Estos mensajes deben ser definidos en conjunto con los especialistas de juego responsable.

La MEJ debe tener la posibilidad (si es aplicable) de establecer límite de tiempo y/o dinero a los jugadores.

La MEJ debe ofrecer la posibilidad de periodos de reflexión (cooling-off).

La MEJ debe ofrecer (si es aplicable) comprobaciones de situación para los jugadores (reembolso automático después de una cierta cantidad, mensajes desplegables relativos al juego responsable, histórico del dinero que se gasta, reloj).

La MEJ debe ofrecer reembolso automático tras grandes premios, a ciertos niveles de crédito acumulado o tras un cierto período de tiempo o dinero gastado.

La MEJ debe ofrecer posibilidades de auto-exclusión voluntaria para los jugadores (si es aplicable).

Los Miembros deben ofrecer formación específica sobre juego responsable a los minoristas.

Los Miembros no permitirán a sus minoristas jugar en sus puntos de venta.

Los Miembros deben poner las normas de juego responsable relativas a las MEJ en los contratos de los minoristas.

La MEJ debe ofrecer un sistema de verificación de la edad.

La publicidad estará enfocada al entretenimiento y al juego de una forma responsable.

En la MEJ o en su entorno se deberá dar información relativa a las oportunidades de ganar o el porcentaje de pago de premios.

La información provista en la MEJ o en su entorno deberá dejar claro que ganar es puramente cuestión de suerte y que la habilidad del jugador o sus conocimientos no mejorarán las probabilidades de ganar.

Los Miembros ofrecerán a los jugadores de la MEJ información sobre cómo contactar una línea de ayuda a jugadores con problemas.

Los Miembros deben evitar servir alcohol a los jugadores mientras están jugando y no se servirá alcohol gratis a los jugadores.

Los Miembros deben tener todas las normas de juego responsable en MEJ revisados por clientes encubiertos (mystery shoppers).

La versión inglesa da fe.