

Capítulo 3

De las combinaciones aleatorias con fines publicitarios o promocionales

Artículo 12. Modalidades de combinaciones aleatorias con fines publicitarios o promocionales.

Las combinaciones aleatorias con fines publicitarios o promocionales pueden ser de fecha determinada o de trato sucesivo, en éstas últimas se pueden realizar sorteos durante un determinado período de tiempo que en ningún caso puede exceder de doce meses.

Artículo 13. Requisitos de las combinaciones aleatorias con fines publicitarios o promocionales.

1. La persona organizadora o promotora ha de ser una persona física o jurídica cuya actividad esté dentro del ámbito de la industria, el comercio o el sector servicios, entidades de crédito, financiación o de ahorros y empresas editoras de publicaciones de prensa diaria o periódica con venta de ejemplares el ámbito de la Ciudad Autónoma de Melilla.

2. La participación del público en estas actividades ha de ser gratuita y en ningún caso debe existir ningún tipo de sobreprecio o tarificación adicional, cualquiera que sea el procedimiento o sistema a través del que se realicen.

3. Se ha de disponer de las bases completas del sorteo, con indicación de la fecha y el lugar de celebración y el nombre del notario/aria ante el que se realiza. En el supuesto que la presencia del notario/aria sea imposible o innecesaria por la naturaleza o mecánica de la campaña o promoción, se debe justificar motivadamente su ausencia. Cuando se trate de un presorteo, las bases siempre han de estar protocolizadas ante notario/aria.

4. Las combinaciones aleatorias con fines publicitarios o promocionales no pueden parecerse ni en ningún caso inducir a error a las personas destinatarias, respecto a su denominación, medios técnicos, desarrollo, funcionamiento o de cualquier otra forma a otros juegos previstos en el Reglamento regulador del catálogo de juegos y apuestas de la Ciudad Autónoma de Melilla y de los criterios aplicables a su planificación, o normativa que lo sustituya.

Artículo 14. Régimen de comunicación previa.

1. La realización de combinaciones aleatorias con fines publicitarios o promocionales no requiere autorización administrativa previa.

2. En estos casos, la persona promotora debe presentar una comunicación previa, individualizada y concreta para cada una de las actividades específicas que quiera realizar.

3. La comunicación previa produce efectos desde el día de su presentación sin perjuicio de las facultades de comprobación, control e inspección atribuidas a los órganos administrativos competentes.

Artículo 15. Órganos ante los que se presenta la comunicación previa.

La comunicación previa de celebración de combinaciones aleatorias con fines publicitarios o promocionales se debe presentar, en cualquier Registro de la Ciudad