

RocaJunyent Informa

Departamento Bancario y Financiero

19 de enero de 2022



Circular 1/2022, de 10 de enero, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, relativa a la publicidad sobre criptoactivos presentados como objeto de inversión (la “Circular 1/2022”)

La Circular 1/2022 desarrolla las normas, principios y criterios a los que debe sujetarse la actividad publicitaria sobre criptoactivos presentados como objeto de inversión, delimitando su ámbito objetivo y subjetivo de aplicación, así como las facultades de la CNMV en materia de supervisión y control de la publicidad de criptoactivos.

Los principales aspectos de la Circular 1/2022 a tener en cuenta son los siguientes:

1. ¿Qué se entiende por actividad publicitaria?

Es toda publicidad dirigida a inversores o potenciales inversores en España en la que se ofrezcan o se llame la atención, de forma implícita o explícita, sobre criptoactivos como objeto de inversión.

En particular, cuando se promueva su adquisición o se haga cualquier referencia a su rentabilidad, precio o valor, actuales o futuros, que pudiera sugerir una oportunidad de invertir en dicho criptoactivo, aun cuando eventualmente puedan ser utilizados como medio de cambio.

2. ¿Cuándo se entiende realizada la actividad en España?

Se presume que se dirige a inversores en España cuando se realice (i) mediante medios físicos en territorio nacional, (ii) a través de medios de comunicación (incluyendo páginas web/dominios) españoles, así como (iii) cuando utilicen el castellano o lenguas oficiales salvo que se establezcan medidas para acreditar que los servicios o productos ofrecidos no están dirigidos o no son accesibles a inversores en España.

3. ¿Qué tipo de publicidad no está sujeta a la Circular 1/2022?

- ☐ Se excluyen del ámbito de la Circular:
- ☐ Publicidad sobre criptoactivos que tengan la naturaleza de instrumentos financieros conforme a la Ley del Mercado de Valores (LMV), los cuales se registrarán por la Circular 2/2020 de la CNMV sobre publicidad de los productos y servicios de inversión.
- ☐ Publicidad sobre criptoactivos que por sus características y su naturaleza no sean susceptibles de ser objeto de inversión
- ☐ Publicidad sobre “utility tokens” puros: aquellos cuyo único uso sea el acceso digital a un producto o servicio y sean aceptados solo por el emisor o un conjunto limitado de proveedores relacionados con el mismo, siempre y cuando no se ofrezcan expectativas de revalorización y el volumen de la emisión sea acorde con los derechos ofrecidos.
- ☐ Publicidad sobre determinados “NFT” (Tokens no Fungibles): aquellos que sean únicos y no fungibles con otros criptoactivos, siempre y cuando representen activos coleccionables, obras con propiedad intelectual o activos cuyo único fin sea su utilización en juegos o competiciones, de forma que no sean ofrecidos masivamente como mero objeto de inversión.
- ☐ “White papers”, esto es la documentación explicativa de una nueva emisión.
- ☐ Campañas publicitarias corporativas que contienen exclusivamente información genérica sobre un sujeto obligado o su objeto social, destinadas a darse a conocer al público, siempre que:
- ☐ No se haga referencia a los criptoactivos o a la prestación de servicios sobre ellos.
- ☐ Cualquier mensaje publicitario que se incluya en la página web del sujeto obligado se ajuste a las normas que contiene la Circular 1/2022.

- ☐ Documentación o informaciones que se proporcionen en presentaciones dirigidas únicamente a analistas o inversores institucionales.
- ☐ Publicaciones que emitan los analistas financieros o comentaristas independientes, que no estén patrocinadas o promocionadas, sobre criptoactivos.
- ☐ Publicidad sobre determinados seminarios técnicos, cursos y jornadas sobre criptoactivos que en ningún caso fomenten la inversión en los mismos. Resaltar que en los casos en que estos se proporcionen de manera gratuita o por un precio simbólico y sean promovidos o celebrados por los sujetos obligados o partes vinculadas con ellos, se presumirá que tienen como fin promover dicha inversión y, por lo tanto, quedarán sometidos a lo dispuesto en la Circular 1/2022.

4. ¿Qué personas o entidades están sujetas a la Circular 1/2022?

La Circular les será de aplicación a:

- ☐ Los proveedores de servicios sobre criptoactivos;
- ☐ Los proveedores de servicios publicitarios; y
- ☐ Cualquier otra persona física o jurídica que realice por iniciativa propia o por cuenta de terceros actividades publicitarias sobre criptoactivos (lo cual engloba a los denominados “influencers” o creadores de contenido).

5. ¿Qué requisitos debe cumplir la actividad publicitaria regulada en la Circular 1/2022?

Todas las campañas publicitarias deberán contener información clara, equilibrada e imparcial y atenerse a lo dispuesto en el Anexo I de la Circular 1/2022, teniendo en cuenta en todo caso la naturaleza y complejidad del producto publicitado, las características de los medios de difusión utilizados y el público al que se dirijan.

Además, se debe informar en todas las comunicaciones comerciales sobre los riesgos del producto publicitados y en concreto:

- ☐ Deberá figurar de forma relevante la advertencia: “La inversión en criptoactivos no está regulada, puede no ser adecuada para inversores minoristas y perderse la totalidad del importe invertido”.
- ☐ Además, se incluirá un enlace o indicación de la ubicación de la información adicional que incluya, al menos, referencia a la información y los riesgos identificados en el Anexo II de la Circular 1/2022 cuando le resulten de aplicación al producto publicitado, incorporando la mención: “Es importante leer y comprender los riesgos de esta inversión que se explican detalladamente en esta ubicación”.

6. ¿Se requiere comunicación previa a la CNMV de la actividad publicitaria?

Como regla general no se requerirá comunicar de forma previa a la CNMV una actividad publicitaria regulada en la Circular 1/2022.

No obstante, sí será necesario realizar dicha comunicación previa a la CNMV en los siguientes supuestos:

-  En el caso de campañas publicitarias masivas: las dirigidas a más de 100.000 personas utilizando cualquier medio publicitario.
-  En el caso de todas las campañas publicitarias de aquellos sujetos obligados en que así lo considere la CNMV por el impacto que pudieran tener en el público objetivo (aun cuando no sean masivas en sentido estricto).

Dicha comunicación previa debe realizarse en el plazo de 10 días hábiles antes de su ejecución.

7. ¿Qué otras facultades se atribuyen a la CNMV?

En el ejercicio de su función supervisora la CNMV podrá requerir a los sujetos obligados información específica sobre las campañas o piezas publicitarias. A tal efecto, los sujetos obligados deben mantener un registro con determinada información sobre las campañas realizadas en los últimos dos años.

Asimismo, la CNMV puede requerir el cese de la publicidad o su oportuna rectificación.

8. ¿Cuándo entra en vigor la Circular 1/2022?

En el plazo de un mes desde su publicación en el BOE, esto es, el 17 de febrero de 2022.