

NUEVA CIRCULAR DE LA CNMV DE PUBLICIDAD SOBRE CRIPTOACTIVOS PRESENTADOS COMO OBJETO DE INVERSIÓN

17 de enero de 2022

- La nueva norma define las reglas sobre el contenido y el formato de los mensajes publicitarios de las campañas sobre criptoactivos
- Deberán incluir contenido claro, equilibrado, imparcial y no engañoso e información sobre los riesgos de manera destacada además de la siguiente advertencia: *“La inversión en criptoactivos no está regulada, puede no ser adecuada para inversores minoristas y perderse la totalidad del importe invertido”*
- Establece un procedimiento de comunicación previa obligatoria a la CNMV de las campañas publicitarias masivas, destinadas a 100.000 personas o más
- Se fijan las herramientas y procedimientos para hacer efectiva la supervisión de la actividad publicitaria de los criptoactivos
- No se regulan los propios criptoactivos, su emisión o los servicios prestados sobre los mismos

El Boletín Oficial del Estado (BOE) publica hoy [la nueva Circular de la CNMV sobre publicidad de criptoactivos presentados como objeto de inversión](#), en la que se desarrollan las normas, principios y criterios a los que debe sujetarse esta actividad publicitaria. El objetivo es que la publicidad de estos productos ofrezca contenidos veraces, comprensibles y no engañosos, y que incluya de forma visible los riesgos asociados a ellos. Esto es especialmente relevante en el ámbito de los criptoactivos, que al no tener una regulación completa suponen un reto para la protección del inversor.

Para ello, se delimita el ámbito de aplicación, se concreta la actividad publicitaria que debe ser sometida a un régimen de comunicación previa y se fijan las herramientas y procedimientos que se emplearán para hacer efectiva la supervisión de la actividad publicitaria de los criptoactivos.

La nueva Circular establece que la publicidad sobre criptoactivos deberá ser clara, equilibrada e imparcial, y los mensajes proporcionarán **información sobre los riesgos del producto de manera fácilmente**

legible y perceptible. En concreto, deberán incluir la siguiente advertencia: *“La inversión en criptoactivos no está regulada, puede no ser adecuada para inversores minoristas y perderse la totalidad del importe invertido”*. Además se incluirán enlaces o indicaciones a la ubicación de la información adicional identificadas con frases del tipo: *“Es importante leer y comprender los riesgos de esta inversión que se explican detalladamente en esta ubicación”*.

La norma define el modo en que supervisará la CNMV y establece un **régimen de comunicación previa** obligatoria para campañas de publicidad masiva, definidas como las dirigidas a 100.000 personas o más, que deberán ser comunicadas a la CNMV con una antelación mínima de diez días. El resto de acciones publicitarias también quedarán sujetas a la actuación supervisora de la CNMV pero no requieren comunicación previa. La Circular incluye los procedimientos y plazos para recabar información, oponerse al inicio, exigir el cese o la rectificación de la publicidad por parte de la CNMV.

La Circular no contiene ninguna norma sobre los productos en sí mismos, ni sobre sus proveedores ni los servicios proporcionados sobre estos activos sino exclusivamente sobre los requisitos que deberá cumplir la actividad publicitaria que persiga su ofrecimiento como posible inversión.

La nueva Circular será de aplicación a los proveedores de servicios sobre criptoactivos cuando realicen estas actividades publicitarias, a los proveedores de servicios publicitarios, o a cualquier otra persona física o jurídica que realice por iniciativa propia o por cuenta de terceros dicha actividad. Esto incluye a personas físicas que, de forma remunerada, publiquen y promocionen criptoactivos (productos o servicios promocionados a través de *influencers*).

Se establecen exenciones en el ámbito de aplicación como los casos en que los criptoactivos tengan la naturaleza de instrumentos financieros (en cuyo caso se aplicará la Circular 2/2020 de la CNMV sobre publicidad de los productos y servicios de inversión), no sean susceptibles de ser objeto de inversión, determinados “utility tokens” y tokens únicos no fungibles, los “white papers” de las nuevas emisiones, determinadas presentaciones y publicaciones de analistas o seminarios y las campañas publicitarias corporativas cuando cumplan con determinados requerimientos.

La nueva Circular ha sido objeto de dos rondas de consulta pública, la última de ellas entre el pasado 14 de junio y el 31 de agosto. Las observaciones recibidas han sido tenidas en cuenta en la redacción final de la Circular. La nueva norma se ha aprobado en virtud de las



competencias otorgadas por el Real Decreto-ley 5/2021, de 12 de marzo, de medidas extraordinarias de apoyo a la solvencia empresarial en respuesta a la pandemia de la COVID-19, por el que se introdujo un nuevo artículo 24o bis en la Ley del Mercado de Valores para reforzar el marco legal de protección de los ciudadanos e inversores en lo relativo a la publicidad de nuevos instrumentos y activos financieros en el ámbito digital.

Esta Circular entrará en vigor al mes de su publicación en el BOE, es decir, el día 17 de febrero de 2022.