

# Švedijos vartotojų agentūros teisės aktų kodeksas

ISSN 0347-8041 (spausdinta), 2003-1068 (internetė)  
Leidėjas: Patrik Sundkvist

## Švedijos vartotojų agentūros bendrosios rekomendacijos dėl vartotojams skirtos lošimų rinkodaros

KOVF  
S  
2025:2

Paskelbta Pasirinkite  
datą

priimta Pasirinkite datą.

Švedijos vartotojų agentūra priėmė šias bendrąsias rekomendacijas. Šios rekomendacijos susijusios su Lošimų įstatymo (2018:1138) ir Rinkodaros įstatymo (2008:486) nuostatomis dėl rinkodaros.

### 1 skirsnis. Įvadinės nuostatos

#### 1.1 Įvadas

Bendrosios rekomendacijos tai rekomendacijos dėl teisės aktų taikymo, nurodant, kaip asmuo gali arba turėtų veikti tam tikru atžvilgiu. Bendrųjų rekomendacijų tikslas – supaprastinti aiškinimą ir skatinti vienodą taikymą, tačiau jie nėra oficialiai privalomi.

Bendrosios rekomendacijos apima vadinamąjį sprendimo memorandumą, kuriame, be kita ko, pateikiamos pastabos dėl rekomendacijų.

#### 1.2 Taikymo sritis

Šios bendrosios rekomendacijos taikomos taikant Lošimų įstatyme (2018:1138) (toliau – Lošimų įstatymas) nustatytas vartotojams skirtos lošimų rinkodaros taisykles.

Šios rekomendacijos taikomos Švedijoje teikiamiems lošimams, neatsižvelgiant į tai, ar lošimas teikiamas iš kitos šalies.

Internetiniai lošimai, neskirti Švedijos rinkai, nelaikomi Švedijoje teikiamais lošimais.

#### 1.3 Apibrėžimai ir sąvokos:

*lošimai* reiškia loterijas, lažybas, mišrias sistemas ir piramidines sistemas;

<sup>1</sup> Žr. 2015 m. rugsėjo 9 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą (ES) 2015/1535, kuria nustatoma informacijos apie techninius reglamentus teikimo tvarka.

*internetiniai lošimai* – lošimai, kurie yra teikiami elektroninėmis ryšio priemonėmis ir kuriuos lošia lošėjas arba keli lošėjai ir lošimą teikianti šalis;

*premija* – nuolaida ar panaši finansinė paskata, tiesiogiai susijusi su lošimu;

*rinkodara* – reklama ir kitos taikomos vykdant verslą priemonės, kurios yra skirtos skatinti produktų pardavimą ir prieinamumą, įskaitant prekiautojo veiksmus, neveikimą ir kitas priemones arba elgesį iki pardavimo, jo metu ir po jo, arba produktų teikimą vartotojams arba prekiautojams;

*komercinis pranešimas* – tai bet kokios formos komercinis pranešimas, skirtas tiesiogiai ar netiesiogiai reklamuoti licencijai teikiamus lošimus.

## **2 skirsnis. Nuosaikios rinkodaros reikalavimas**

### **2.1 Lošimų rinkodara turi būti nuosaiki**

Pagal Lošimų įstatymo 15 skyriaus 1 skirsnį lošimų rinkodara vartotojams turi būti vykdoma laikantis nuosaikumo.

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Siekiant nustatyti, ar rinkodaros priemonė yra suderinama su nuosaikumo reikalavimu, reikia atlikti bendrą vertinimą.

Nuosaikumo reikalavimas taikomas visai lošimų, patenkančių į 1.2 skirsnio taikymo sritį, rinkodarai ir apima pačią pateiktą rinkodaros turinį ir tai, kaip rinkodara sukurta pasirinktoje medijoje.

Lošimų rinkodara, vykdoma vietose, kuriose vartotojai paprastai nesitiki tokios rinkodaros arba kuriose tokia rinkodara neturėtų būti vykdoma, savaime gali būti laikoma nesaikinga, žr. visų pirma 2.3 ir 2.4 skirsnius.

### **2.2 Rinkodaros koncepcija**

#### **2.2.1 Invazinė ir ypatingą dėmesį galinti pritraukti rinkodara**

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Lošimų rinkodara neturi būti invazinė ir ja neturi būti siekiama atkreipti ypatingą dėmesį. Neturėtų būti leidžiama vykdyti rinkodaros, kurios koncepcija atkreipia ypatingą dėmesį.

#### *2.2.1.1 Ypatingos nuostatos dėl laimėjimo šansų Bendrosios rekomendacijos*

Lošimų rinkodara neturi būti sukurta taip, kad sudarytų išpūdį, jog šansai laimėti yra didesni nei yra iš tikrųjų. Tokios rinkodaros pavyzdžiai gali būti teiginiai, dėl kurių vartotojui susidaro išpūdis, kad lengva laimėti dideles pinigų sumas, arba teiginiai, kad galima greitai laimėti.

Rinkodara neturėtų būti sukurta ar pateikta taip, kad sudarytų išpūdį, jog vartotojui užtikrinama, kad jis laimės arba kad iš esmės neįmanoma nelaimėti.

#### *2.2.1.2 Ypatingos nuostatos dėl techninės ir grafinės koncepcijų Bendrosios rekomendacijos*

Techninės koncepcijos, kurių vartotojas pagrįstai negali išvengti, laikomos invazinėmis ir neatitinkančiomis nuosaikumo reikalavimo. Tokių techninių koncepcijų pavyzdžiai gali būti išskylantieji langai ir reklama, kuri užima visą ekraną arba gali būti kitaip laikoma invazine.

Techninės koncepcijos, kuriose yra, pavyzdžiui, pulsuojančių ir (arba) mirksinčių elementų ir kurios atkreipia ypatingą dėmesį, gali būti laikomos invazinėmis ir neatitinkančiomis nuosaikumo reikalavimo.

#### *2.2.1.3 Ypatingos nuostatos dėl žinomų asmenų dalyvavimo reklamuojant lošimus Bendrosios rekomendacijos*

Kai lošimams reklamuoti pasitelkiami gerai žinomi ir sėkmingi asmenys, rinkodara neturėtų būti kuriama taip, kad susidarytų išpūdis, jog azartiniai lošimai prisidėjo prie asmens sėkmės ar šlovės.

Rinkodara taip pat neturėtų sudaryti išpūdžio, kad azartiniai lošimai gali lemti tokią sėkmę ar reputaciją kitiems lošėjams.

### **2.2.2 Skatinanti rinkodara**

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Lošimų rinkodaroje neturėtų būti kurstančių žinučių, kurios gali paskatinti arba daryti įtaką vartotojui priimti neapgalvotą sprendimą pradėti lošti.

Rinkodara, kuri, neatsižvelgiant į jos turinį, dėl savo vietos, pateikties ar kitokios specifinės koncepcijos gali būti laikoma skatinančia azartinius lošimus ir neturėtų būti laikoma atitinkančia nuosaikumo reikalavimus.

### 2.2.2.1 Tikslī ir subalansuota rinkodara Bendrosios rekomendacijos

Lošimų rinkodara turėtų būti objektyvi ir subalansuota koncepcijos ir turinio požiūriu. Rinkodara neturėtų būti sukurta taip, kad lošimas atrodytų nerizikingas.

Rinkodaroje neturėtų būti teiginių, kad norint lošti nereikia dėti jokių pastangų, jei vartotojas turi priešpriešinį įsipareigojimą, pavyzdžiui, kad norėdamas dalyvauti lošime vartotojas turi sumokėti įnašą.

Rinkodara neturėtų sudaryti įspūdžio, kad azartiniai lošimai gali būti socialinių ar ekonominių problemų sprendimas. Tokios rinkodaros pavyzdžiai gali būti teiginiai, kad azartiniai lošimai yra alternatyva darbui, pajamoms arba socialinių problemų, pavyzdžiui, vienišumo arba nuobodulio, sprendimui.

## 2.3 Konkrečiai vaikams ir jaunimui skirtos rinkodaros draudimas

Pagal Azartinių lošimų įstatymo 15 skyriaus 1 skirsnio 2 dalį draudžiama konkrečiai siūlyti lošimus jaunesniems nei 18 metų asmenims.

### *Bendrosios rekomendacijos*

Draudimas turėtų apimti, viena vertus, rinkodarą, kuri yra sąmoningai ar aiškiai tiesiogiai nukreipta į vaikus ir paauglius, ir, kita vertus, rinkodarą, dėl kurios koncepcijos tikėtina, kad vaikai ir paaugliai į ją kreips ypatingą dėmesį ir rinkodara gali juos paveikti.

Siekiant nustatyti, ar rinkodara gali būti laikoma konkrečiai skirta vaikams ir jaunimui, reikia atlikti bendrą vertinimą. Reikėtų vengti simbolių ir reiškinių, kuriuos būtų galima pagrįstai sieti su vaikais ir paaugliais arba kurie jiems būtų ypač patrauklūs. Atliekant vertinimą galima atsižvelgti į tokių veiksmų kaip rinkodaros kanalo, simbolių, spalvų, vaizdų, išdėstymo ir muzikos pasirinkimą.

Rinkodara neturėtų būti pateikiama taip, kad būtų galima pasinaudoti vaikų ir jaunimo nepatyrimu ir žinių stoka. Rinkodara taip pat neturėtų būti pateikiama taip, kad būtų sudaromas įspūdis, jog azartiniai lošimai yra pilnametystės įrodymas.

### 2.3.1 Konkreti informacija apie rinkodarą vaikams ir jaunimui skirtose vietose

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Lošimų rinkodara neleidžiama vietose, tiek skaitmeninėse, tiek fizinėse, kurios visų pirma skirtos vaikams ir jaunimui. Skaitmeninių erdvių pavyzdžiai: internetiniai forumai, socialinių tinklų paskyros ir grupės, tinklalaidės ir televizijos programos.

Taip pat žr. 2.4 skirsnio 2 dalį dėl lauko reklamos specialiai vaikams ir jaunimui skirtose vietose.

### **2.3.2 Reklama, kurioje vaizduojami vaikai ir jaunimas**

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Vaikų ir jaunimo atvaizdai, susiję su lošimų rinkodara, gali būti rodomi tik tuo atveju, jei atvaizdų tikslas yra apibūdinti ne pelno siekimą, prie kurio prisideda veikla, ir jei kitais atžvilgiais rinkodara atitinka nuosaikumo reikalavimą.

### **2.3.3 Rėmimas ir produktai, skirti vaikams ir jaunimui**

Azartinių lošimų įstatymo 15 skyriaus 5 skirsnyje nustatyta, kad sudarant rėmimo sutartis licenciatas privalo užtikrinti, kad jo logotipai ir lošimo produktų ar lošimo paslaugų pavadinimai nebūtų ant produktų, kurie skirti naudoti jaunesniems nei 18 metų asmenims.

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Licenciatų logotipai ir lošimo produktų ar lošimo paslaugų pavadinimai neturėtų būti rodomi specialiai vaikams ir jaunimui skirtuose kontekstuose ir susibūrimuose.

## **2.4 Ypatingos nuostatos dėl reklamos lauke**

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Lošimų lauko reklama paprastai leidžiama, jeigu ji atitinka nuosaikumo reikalavimą. Siekiant nustatyti, ar lauko reklama yra suderinama su nuosaikumo reikalavimu, reikia atlikti bendrą vertinimą.

Lošimų lauko reklama negali būti vykdoma specialiai vaikams ir paaugliams skirtose vietose. Taip pat žr. 2.3 skirsnį dėl vaikams ir paaugliams skirtos rinkodaros draudimo.

## **3 skirsnis. Tiesioginė reklama**

### **3.1 Tiesioginės reklamos lošėjams, savanoriškai atsisakiusiems galimybės lošti, draudimas**

Pagal Lošimų įstatymo 15 skyriaus 2 skirsnį rinkodara negali būti tiesiogiai skirta vartotojams, kurie savanoriškai atsisakė galimybės lošti. Vartotojui nutraukus lošimo paskyrą pas licenciatą, licenciatas tiesioginę rinkodarą vartotojui gali vykdyti tik tuo atveju, jei vartotojas aktyviai ją patvirtino nutraukdamas lošimo paskyrą.

### *Bendrosios rekomendacijos*

Draudimas turėtų būti taikomas visų rūšių tiesioginei reklamai ir neatsižvelgiant į tai, ar vartotojas savanoriškai atsisakė galimybės lošti azartinius lošimus pranešęs apie tai savanoriško galimybės lošti atsisakymo registre, ar tiesiogiai pranešęs apie tai licenciatui.

## **4 skirsnis. Prievolė teikti informaciją**

Pagal Azartinių lošimų įstatymo 15 skyriaus 3 skirsnį komerciniuose pranešimuose apie lošimus turi būti pateikta aiški informacija apie minimalų amžių, nuo kurio galima žaisti.

Azartinių lošimų vietose ir komercinių pranešimų, susijusių su azartiniais lošimais, kontekste, išskyrus tokius pranešimus per radiją, licenciatui turi užtikrinti, kad taip pat būtų teikiama organizacijos, teikiančios informaciją apie probleminius lošimus ir teikiančios pagalbą dėl probleminių lošimų, kontaktinė informacija.

### **4.1 Reikalavimai teikti aiškia informaciją**

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Komercinių pranešimų apie lošimus atveju licenciatas turi užtikrinti, kad informacija apie lošėjo amžiaus ribą ir pagalbą teikiančios organizacijos kontaktiniai duomenys būtų pateikti vartotojui aiškiu būdu.

Informacija apie amžiaus ribą ir pagalbą teikiančios organizacijos kontaktiniai duomenys turi būti aiškiai nurodyti komerciniame pranešime. Informacija neturėtų būti pateikiama taip, kad ji galėtų susimaišyti su fonu, būtų parašyta sunkiai įskaitomu ar mažu tekstu arba pateikta bet koku kitu būdu, dėl kurio vartotojui būtų sunkiau ją gauti.

#### **4.1.1 Ypatingos nuostatos dėl pagalbą teikiančios organizacijos kontaktinių duomenų**

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Siekiant laikytis reikalavimo dėl informacijos teikimo, neturėtų būti laikoma, kad pakanka tiesiog nurodyti pagalbą teikiančios organizacijos pavadinimą. Taip pat turėtų būti pateikta tam tikra papildoma kontaktinė informacija, pavyzdžiui, interneto svetainės adresas, el. pašto adresas arba telefono numeris.

## **5 skirsnis. Premijų pasiūlymai**

Be konkrečių šiame skirsnyje pateiktų rekomendacijų, 2, 3 ir 4 skirsniai taip pat taikomi premijų pasiūlymų rinkodarai.

Premijų sąvoka apibrėžta 1.3 skirsnyje ir atitinka Azartinių lošimų įstatymo apibrėžtį.

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Norint nustatyti, ar pasiūlymas yra premijos pasiūlymas, kaip apibrėžta Azartinių lošimų įstatyme, reikia atlikti bendrą vertinimą. Pasiūlymas gali būti laikomas premijų pasiūlymu, net jei reklamoje nėra aiškiai paminėtas žodis „premija“ (angl. „bonus“).

## **5.1 Visų premijų pasiūlymų sąlygos**

Pagal Lošimo potvarkio (2018:1475) 11 skyriaus 6 skirsnį licenciatas, siūlydamas premiją, privalo aiškiai ir suprantamai (tuo metu, kai pateikiamas pasiūlymas ir kai lošėjas naudojasi pasiūlymu) informuoti lošėją apie pasiūlymo sąlygas.

### **5.1.1 Visų premijų pasiūlymų sąlygų išdėstymas ir pateikimas**

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Vykdydamas premijų pasiūlymo rinkodarą licenciatas turėtų suteikti vartotojui galimybę aiškiai susipažinti su pasiūlymo sąlygomis. Jei premijos pasiūlymas reklamuojamas internete, visos pasiūlymo sąlygos turėtų būti pateiktos ne vėliau kaip vieną kartą paspaudžius ant reklamos.

Premijų pasiūlymo sąlygos turėtų būti išdėstytos aiškiai ir atskirai nuo kitų licenciatų sąlygų. Nuoroda į licenciatų pradžios puslapį neturėtų būti laikoma pakankama.

### **5.1.2 Prieš pasinaudojant premijų pasiūlymais**

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Be to, kas nurodyta 5.1.1 punkte, prieš vartotojui pasinaudojant pasiūlymu, licenciatas taip pat turėtų aiškiai pateikti pasiūlymo sąlygas.

Premijos pasiūlymas neturėtų būti parengtas taip, kad vartotojas būtų linkęs jį priimti prieš tai neperskaitęs sąlygų. Pavyzdžiui, neturėtų būti lengvai matomų požymių, leidžiančių vartotojui tiesiogiai priimti pasiūlymą.

## **5.2 Ypač svarbios premijų pasiūlymų sąlygos**

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Su apyvartos reikalavimais, intervencijos reikalavimais ir terminais susijusios sąlygos turėtų būti laikomos ypač svarbiomis vartotojui. Sąlyga, kad pasiūlymą gali gauti tik nauji lošėjai, kai taikytina, taip pat turėtų būti laikoma ypač svarbia vartotojui.

### **5.2.1 Ypač svarbių premijų pasiūlymų sąlygų vieta ir pateiktis**

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Ypač svarbios sąlygos turėtų būti aiškiai išdėstytos pradinėje reklamoje, kurioje pateikiamas premijų pasiūlymas. Sąlygos

neturėtų būti išdėstomos ar pateikiamos taip, kad vartotojui būtų sunku jas peržiūrėti, pavyzdžiui, paslėptuose skirtukuose.

## **6 skirsnis. Ypatingos nuostatos dėl registracijos**

Pagal Azartinių lošimų įstatymo 12 skyriaus 1 skirsnį licenciatas turi užregistruoti visus norinčius dalyvauti lošimuose. Pagal to paties įstatymo 13 skyriaus 1 skirsnį licenciatas, turintis internetinių lošimų licenciją, kiekvienam registruotam lošėjui turi atidaryti lošimo paskyrą.

### **6.1 Rinkodara, susijusi su registracijos procesu**

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Rinkodara, kurioje pateikiami įtikinantys ir viliojantys pranešimai apie registracijos, kurią vartotojas nusprendė atšaukti, pratęsimą, neturėtų būti laikoma tenkinančia nuosaikumo reikalavimus.

### **6.2 Teiginiai, kad registracija nereikalinga**

#### *Bendrosios rekomendacijos*

Licenciatai, kuriems taikomas registracijos reikalavimas, negali naudoti savo rinkodaroje teiginių, dėl kurių vartotojui gali susidaryti įspūdis, kad norint lošti nereikia registracijos ar lošėjo paskyros.

---

Ši bendro pobūdžio rekomendacija įsigalios Pasirinkite datą.

CECILIA TISELL