Švedijos vartotojų agentūros teisės aktų kodeksas

ISSN 0347-8041
Paskelbė: Fredrika Björk

Švedijos vartotojų agentūros bendrosios rekomendacijos dėl vartotojams skirtos lošimų rinkodaros;

KOVFS 2025:2
Paskelbta
Pasirinkti datą

priimta 2025 m. birželio 23 d.[1]

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.

Prie bendrųjų rekomendacijų pridedamas aiškinamasis dokumentas, kuriame, be kita ko, pateikiamos pastabos dėl bendrųjų rekomendacijų.

1.2. Taikymas

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

Rekomendacijos netaikomos tarpininkavimo paslaugų teikėjams, kaip apibrėžta 2022 m. spalio 19 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2022/2065 dėl bendrosios skaitmeninių paslaugų rinkos, kuriuo iš dalies keičiama Direktyva 2000/31/EB (Skaitmeninių paslaugų aktas) 3 straipsnio g punkte.

1.3. Apibrėžimai ir sąvokos:

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

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 vykdant verslą taikomos 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 licenciato teikiamus lošimus.

2 dalis. 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.

Reikalavimas dėl nuosaikumo taikomas visai lošimų, patenkančių į 1.2 skirsnio taikymo sritį, rinkodarai ir apima pačią pateiktį, rinkodaros turinį bei tai, kaip rinkodara buvo pritaikyta pasirinktai medijai.

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 įspūdį, jog šansai laimėti yra didesni nei yra iš tikrųjų. Tokios rinkodaros pavyzdžiai gali būti teiginiai, dėl kurių vartotojui susidaro įspūdis, kad lengva laimėti dideles pinigų sumas, arba teiginiai, kad galima greitai laimėti.

Rinkodara neturėtų būti sukurta ar pateikta taip, kad sudarytų įspūdį, 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 iškylantieji 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 įspūdis, jog lošimai prisidėjo prie asmens sėkmės ar šlovės. Rinkodara taip pat neturėtų būti sudaromas įspūdis, kad lošimai gali lemti tokią sėkmę ar reputaciją kitiems lošėjams.

2.2.2 Skatinanti rinkodara

Bendrosios rekomendacijos
Lošimų rinkodaroje neturėtų būti skatinančių 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 specifines koncepcijos gali būti laikoma skatinančia lošimus ir neturėtų būti laikoma atitinkančia reikalavimus dėl nuosaikumo.

2.2.2.1 Tiksli 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 lošimai gali būti socialinių ar ekonominių problemų sprendimas. Tokios rinkodaros pavyzdžiai gali būti teiginiai, kad lošimai yra alternatyva darbui, pajamoms arba socialinių problemų, pavyzdžiui, vienišumo arba nuobodulio, sprendimo būdas.

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 veiksnių 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.

2.3.2 Rėmimas ir produktai, skirti vaikams ir jaunimui

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 dalis. 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. Jei vartotojas uždarė savo lošėjo sąskaitą pas licenciatą, licenciatas gali tiesiogiai siųsti rinkodaros pranešimus vartotojui tik tuo atveju, jei vartotojas tam aktyviai pritarė uždarydamas sąskaitą.

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, licenciatai 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 aiškią 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 turėtų būti lengvai skaitoma ir neturėtų būti pateikiama taip, kad ji galėtų susimaišyti su fonu, būtų parašyta sunkiai įskaitomu ar mažu tekstu arba pateikta bet kokiu kitu būdu, dėl kurio vartotojui būtų sunku ją perskaityti.

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 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 straipsnį licenciatas, siūlydamas premiją, privalo aiškiai ir suprantamai (tuo metu, kai pateikiamas pasiūlymas ir kai lošėjas naudojasi pasiūlymu) informuoti lošėją apie pasiūlymui taikomas sąlygas.

5.1.1 Visų premijų pasiūlymų sąlygų išdėstymas ir pateikimas

Bendrosios rekomendacijos
Reklamuojant premijų pasiūlymus, pasiūlymo sąlygos turėtų būti pateiktos aiškiai ir suprantamai bei atskirtos nuo kitų sąlygų. Jei premijos pasiūlymas reklamuojamas internete, visos pasiūlymo sąlygos turėtų būti pateiktos ne vėliau kaip vieną kartą paspaudžius ant reklamos. Nuoroda į licenciato pradžios puslapį neturėtų būti laikoma pakankama.

5.1.2 Prieš pasinaudojant premijų pasiūlymais

Bendrosios rekomendacijos
Be to, kas nurodyta 5.1.1 punkte, licenciatas taip pat privalo, kai vartotojas ketina pasinaudoti premijų pasiūlymu, aiškiai nustatyti pasiūlymo sąlygas.

Premijos pasiūlymas neturėtų būti parengtas taip, kad vartotojas būtų linkęs jį priimti prieš tai neperskaitęs sąlygų. Pavyzdžiui, neturėtų būti 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 jau 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.

Šios bendrosios rekomendacijos įsigalios 2025 m. rugsėjo 1 d.

CECILIA TISELL