DYREKTOR URZĘDU KONTROLI GIER HAZARDOWYCH PODLEGAJĄCY MINISTERSTWU FINANSÓW REPUBLIKI LITEWSKIEJ

ROZPORZĄDZENIE ZMIENIAJĄCE ROZPORZĄDZENIE NR DIE-484 DYREKTORA URZĘDU KONTROLI GIER HAZARDOWYCH PODLEGAJĄCEGO MINISTERSTWU FINANSÓW REPUBLIKI LITEWSKIEJ Z DNIA 29 CZERWCA 2020 R. ZATWIERDZAJĄCE OPIS PROCEDURY PREZENTOWANIA KOMUNIKATÓW OSTRZEGAWCZYCH W REKLAMACH GIER HAZARDOWYCH

nr DIE-289 z dnia 7 lipca 2025 r.
Wilno

Niniejszym zmieniam rozporządzenie nr DIE-484 Dyrektora Urzędu Kontroli Gier Hazardowych podlegającego Ministerstwu Finansów Republiki Litewskiej z dnia 29 czerwca 2020 r. zatwierdzające opis procedury prezentowania komunikatów ostrzegawczych w reklamach gier hazardowych w następujący sposób:

DYREKTOR URZĘDU KONTROLI GIER HAZARDOWYCH PODLEGAJĄCY MINISTERSTWU FINANSÓW REPUBLIKI LITEWSKIEJ

ZARZĄDZENIE ZATWIERDZAJĄCE OPIS PROCEDURY PREZENTOWANIA KOMUNIKATÓW OSTRZEGAWCZYCH W REKLAMACH GIER HAZARDOWYCH

Zgodnie z art. 10 ust. 9^2 ustawy Republiki Litewskiej o grach hazardowych

niniejszym zatwierdzam opis procedury prezentowania komunikatów ostrzegawczych w reklamach gier hazardowych (w załączeniu).”

Doradca, p.o. dyrektora Sandra Vitkevičiūtė

ZATWIERDZONE
zarządzeniem nr DIE-484 z dnia 29 czerwca 2020 r.
Dyrektora Urzędu Kontroli Gier Hazardowych
w ramach Ministerstwa Finansów Republiki Litewskiej
(w brzmieniu zarządzenia nr DIE-289 z dnia 7 lipca 2025 r.
Dyrektora Urzędu Kontroli Gier Hazardowych
w ramach Ministerstwa Finansów Republiki Litewskiej)

OPIS
OPIS PROCEDURY PREZENTOWANIA KOMUNIKATÓW OSTRZEGAWCZYCH W REKLAMACH GIER HAZARDOWYCH

ROZDZIAŁ I
POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Opis procedury prezentowania komunikatów ostrzegawczych w reklamach gier hazardowych (zwany dalej „opisem”) został sporządzony zgodnie z ustawą Republiki Litewskiej o grach hazardowych (zwaną dalej „ustawą”) i określa treść i formę komunikatów ostrzegawczych, o których mowa w art. 10 ust. 9^2 tej ustawy, oraz procedurę ich prezentowania w reklamach zakładów.

2. Opis ma zastosowanie do operatorów gier hazardowych i reklamodawców, którzy publikują reklamy zakładów, o których mowa w art. 10 ust. 9 pkt 4 lit. a) i b) ustawy (zwane dalej „reklamami zakładów”).

3. Terminy użyte w opisie należy rozumieć zgodnie z definicją zawartą w ustawie, ustawie Republiki Litewskiej o reklamie, ustawie Republiki Litewskiej o przekazywaniu informacji do wiadomości publicznej oraz ustawie Republiki Litewskiej o łączności elektronicznej.

4. Opis nie ma zastosowania, a publikacja komunikatu informacyjnego nie jest obowiązkowa w przypadku publikowania reklamy gier hazardowych w przypadkach określonych w art. 10 ust. 9 pkt 1, 2 i 3 ustawy.

ROZDZIAŁ II
TREŚĆ KOMUNIKATÓW INFORMACYJNYCH I FORMA, W JAKIEJ MAJĄ BYĆ ONE PREZENTOWANE

5. Nazwa i/lub znak towarowy spółki organizującej zakłady muszą zawierać, oprócz słowa „zakłady”, jeden z następujących komunikatów informacyjnych w reklamach rozpowszechnianych w telewizji, radiu i Internecie (dalej: „komunikat informacyjny”):

5.1. Uczestnictwo w grach hazardowych może prowadzić do uzależnienia;

5.2. Uprawianie hazardu może prowadzić do uzależnienia;

5.3. W grach hazardowych możesz tracić nie tylko pieniądze;

5.4. Nieodpowiedzialne uprawianie hazardu może zaszkodzić dobru Twojemu i Twojej rodziny;

5.5. Gry hazardowe mogą stać się uzależnieniem.

6. Wszystkie komunikaty informacyjne, o których mowa w pkt 5.1–5.5 opisu, muszą być wykorzystywane w równych proporcjach w działalności reklamowej.

7. W przypadku gdy reklama zakładów jest rozpowszechniana w telewizji i Internecie, podczas rozpowszechniania takiej reklamy zakładów na dole reklamy zakładów musi być stale wyświetlany komunikat informacyjny na białym tle w czarnej ramce, który jest odczytywany na końcu reklamy zakładów. Nie jest wymagane odczytywanie komunikatu informacyjnego w przypadkach, w których wizualne reklamy zakładów w telewizji i Internecie nie posiadają ścieżki dźwiękowej. Ramka z komunikatem informacyjnym nie może być mniejsza niż 15 % całkowitej powierzchni reklamy zakładów (elementy projektowe reklam, które wykraczają poza tekst lub znak towarowy reklamy, uznaje się za część powierzchni reklamy). Komunikat informacyjny musi zajmować całą powierzchnię ramki. Rozmiar czcionki należy wybrać w taki sposób, aby jak najlepiej wypełnić miejsce zarezerwowane dla komunikatu informacyjnego. Odstęp między komunikatem informacyjnym a liniami granicznymi ramki musi wynosić co najmniej 2 punkty.

8. W przypadku gdy reklama zakładów jest rozpowszechniana w radiu, komunikat informacyjny jest odczytywany na końcu reklamy zakładów.

9. Oprócz wymagań określonych w pkt. 7 i 8 opisu, komunikat informacyjny musi spełniać następujące wymagania:

9.1. musi być sporządzony w języku urzędowym Republiki Litewskiej;

9.2. musi być napisany czcionką Times New Roman lub Arial w tym samym kierunku co obraz i tekst reklamy zakładów;

9.3. musi być jednolity (przedstawiony w jednym miejscu), wyraźnie czytelny;

9.4. gdy jest odczytywany, musi być wyraźny i mieć taką samą głośność (natężenie dźwięku) jak treść reklamy zakładów. Komunikat informacyjny może być odczytywany innym głosem i barwą niż odczytywany tekst reklamy zakładów;

9.5. nie może być skracany, przyspieszany ani w inny sposób modyfikowany;

9.6. obszar przeznaczony na komunikat informacyjny nie może zawierać żadnego tekstu ani znaków innych niż komunikat informacyjny.

ROZDZIAŁ III
PRZEPISY KOŃCOWE

10. Osoby, które naruszyły wymogi opisu, ponoszą odpowiedzialność zgodnie z procedurą przewidzianą w kodeksie wykroczeń administracyjnych Republiki Litewskiej i w ustawie.

_____