

# Ruotsin kuluttajaviraston säädöskokoelma

ISSN 0347-8041 (painettu), 2003-1068 (online)  
Julkaisija: Patrik Sundkvist

## Ruotsin kuluttajaviraston yleiset ohjeet pelien markkinoinnista kuluttajille,

annettu [päivämäärä]. Valitse päivämäärä tästä.<sup>1</sup>

Ruotsin kuluttajavirasto on antanut seuraavat yleiset ohjeet. Yleiset ohjeet liittyvät rahapelilaissa (2018:1138) säädettyihin säännöksiin rahapelien markkinoinnista ja markkinointilakiin (2008:486).

### 1 kohta Johdantosäännökset

#### 1.1 Johdanto

Yleiset ohjeet ovat suosituksia lainsäädännön soveltamisesta ja niissä määritellään, miten joku voi tai miten jonkun pitäisi toimia tietyssä yhteydessä. Yleisillä ohjeilla, jotka eivät ole virallisesti sitovia, pyritään yksinkertaistamaan tulkintaa ja edistämään yhdenmukaista soveltamista.

Yleiset ohjeet sisältävät niin kutsutun päätösmuiston, jossa on muun muassa ohjeita koskevia huomautuksia.

#### 1.2 Soveltaminen

Näitä yleisiä ohjeita sovelletaan rahapelilain (2018:1138), jäljempänä ”rahapelilaki”, piiriin kuuluvien pelien kuluttajille suuntautuvaa markkinointia koskeviin sääntöihin.

Ohjeita sovelletaan Ruotsissa tarjottaviin peleihin riippumatta siitä, tarjotaanko peli toisesta maasta.

Verkossa pelattavia pelejä, joita ei ole suunnattu Ruotsin markkinoille, ei katsota tarjottavan Ruotsissa.

#### 1.3 Määritelmät ja käsitteet

*Peleillä* tarkoitetaan arpajaisia, vedonlyöntiä, yhdistelmäjärjestelmiä ja pyramidijärjestelmiä;

<sup>1</sup> Ks. Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2015/1535, annettu 9 päivänä syyskuuta 2015, teknisiä määräyksiä ja tietoyhteiskunnan palveluja koskevia määräyksiä koskevien tietojen toimittamisessa noudatettavasta menettelystä.

KOVF

S 2025:

2

Julkaistu

(Valitse päivämäärä)

*verkossa tarjottavilla pelillä* tarkoitetaan pelejä, jotka tarjotaan sähköisiä viestintävälineitä käyttäen ja joita pelaavat pelaaja tai useat pelaajat ja pelin tarjoava osapuoli;

*bonuksella* tarkoitetaan alennusta tai vastaavaa taloudellista kannustinta, joka liittyy suoraan peliin;

*markkinoinnilla* tarkoitetaan liiketoimien yhteydessä tapahtuvaa mainontaa ja muita toimia, jotka on suunniteltu edistämään tuotteen myyntiä ja saatavuutta, mukaan lukien elinkeinonharjoittajan toimet, laiminlyönnit tai muut toimenpiteet taikka käyttäytyminen yleisesti ennen tuotteen myyntiä tai toimittamista kuluttajalle tai elinkeinonharjoittajalle, sen aikana tai sen jälkeen.

*kaupallisella viestinnällä* tarkoitetaan näissä ohjeissa kaikenlaista kaupallista viestintää, jonka tarkoituksena on suoraan tai välillisesti edistää toimiluvanhaltijan tarjoamia pelejä.

## **2 kohta Markkinoinnin maltillisuutta koskeva vaatimus**

### **2.1 Pelien markkinoinnin on oltava maltillista**

Rahapelilain 15 luvun 1 §:n mukaan rahapelien markkinoinnissa kuluttajille on noudatettava maltillisuutta.

#### *Yleiset ohjeet*

Jotta voidaan määrittää, onko markkinointitoimenpide maltillisuusvaatimuksen mukainen, on tehtävä kokonaisarviointi.

Maltillisuusvaatimusta sovelletaan kaikkeen 1.2 kohdan soveltamisalaan kuuluvien pelien markkinointiin, ja se kattaa sekä itse esitystavan että markkinoinnin sisällön kuten myös tavan, jolla markkinointi on muotoiltu valitulle välineelle.

Pelien markkinointia paikoissa, joissa kuluttajat eivät yleensä odota tällaista markkinointia tai joissa tällaista markkinointia ei tulisi harjoittaa, ei voida jo sinänsä pitää maltillisena, ks. erityisesti 2.3 ja 2.4 kohta.

### **2.2 Markkinoinnin muoto**

#### **2.2.1 Markkinointi, joka on tungettelevaa ja erityisen huomiota herättävää**

#### *Yleiset ohjeet*

Pelien markkinointi ei saa olla tungettelevaa tai erityisen huomiota herättävää. Markkinointia, joka on erityisen huomiota herättävää muotonsa vuoksi, ei pitäisi sallia.

#### *2.2.1.1 Erityisesti voittamista koskevasta todennäköisyydestä*

##### *Yleiset ohjeet*

Pelien markkinointia ei saa muotoilla siten, että se antaa vaikutelman, että todennäköisyys voittaa on suurempi kuin se on. Esimerkkejä tällaisesta markkinoinnista voivat olla väitteet, jotka antavat kuluttajalle vaikutelman siitä, että suuria rahasummia on helppo voittaa, tai väitteet, että voittoja on mahdollista saada nopeasti.

Markkinointia ei pitäisi muotoilla tai esittää siten, että se antaa vaikutelman, että kuluttaja voittaa varmasti tai että on periaatteessa mahdotonta olla voittamatta.

#### *2.2.1.2 Erityisesti teknisestä ja graafisesta muodosta*

##### *Yleiset ohjeet*

Tekniset muodot, joita kuluttaja ei voi kohtuudella välttää, ovat tungettelevia ja maltillisuusvaatimuksen vastaisia. Esimerkkinä tällaisista teknisistä malleista voidaan mainita ponnahdusikkunat ja mainokset, jotka valtaavat koko näytön tai joita voidaan muutoin pitää tungettelevina.

Teknisiä muotoja, jotka sisältävät esimerkiksi sykkiviä ja/tai vilkkuvia elementtejä ja joihin kiinnitetään erityistä huomiota, voidaan pitää tungettelevina ja maltillisuusvaatimuksen vastaisina.

#### *2.2.1.3 Erityisesti tunnettujen henkilöiden osallistumisesta pelien markkinointiin*

##### *Yleiset ohjeet*

Kun tunnettuja ja menestyneitä henkilöitä käytetään pelien markkinoinnissa, markkinointia ei pitäisi muotoilla siten, että se antaa vaikutelman, että rahapelit ovat edistäneet henkilön menestystä tai tunnettuutta.

Markkinoinnissa ei myöskään saisi antaa vaikutelmaa siitä, että rahapelien pelaaminen voi auttaa muita pelaajia saavuttamaan samankaltaista menestystä tai mainetta.

## **2.2.2 Yllyttävä markkinointi**

##### *Yleiset ohjeet*

Pelien markkinointi ei saisi sisältää yllyttäviä viestejä, jotka voivat kannustaa kuluttajaa tai vaikuttaa kuluttajaan siten, että hän tekee harkitsemattoman päätöksen pelaamisen aloittamisesta.

Markkinointia, jota sen sisällöstä riippumatta voidaan sijaintinsa, esitystapansa tai muun erityisen muotonsa vuoksi pitää rahapelien pelaamiseen yllyttävänä, ei tulisi pitää maltillisuusvaatimuksen mukaisena.

### *2.2.2.1 Tarkka ja tasapuolinen markkinointi*

#### *Yleiset ohjeet*

Pelien markkinoinnin tulisi olla objektiivista ja tasapuolista muotoilun ja sisällön osalta. Markkinointia ei saa muotoilla siten, että peli vaikuttaa riskittömältä.

Markkinointiin ei pitäisi sisältyä väitteitä, joiden mukaan mitään ponnistuksia ei vaadita silloin, kun kuluttajalta edellytetään toimia, esimerkiksi maksua, peliin osallistumiseksi.

Markkinoinnissa ei saa antaa vaikutelmaa siitä, että rahapelien pelaaminen voi olla ratkaisu sosiaalisiin tai taloudellisiin ongelmiin. Esimerkkejä tällaisesta markkinoinnista voivat olla väitteet, jotka viittaavat siihen, että rahapelit ovat vaihtoehto työnteolle, tuloille tai ratkaisu sosiaalisiin ongelmiin, kuten yksinäisyyteen, tai ikävystymiseen.

### **2.3 Erityisesti lapsille ja nuorille suunnatun markkinoinnin kieltäminen**

Rahapelilain 15 luvun 1 §:n 2 momentin mukaan pelien markkinoinnin kohdistaminen erityisesti alle 18-vuotiaille henkilöille on kielletty.

#### *Yleiset ohjeet*

Kiellon olisi koskettava yhtäältä markkinointia, joka on suunnattu tietoisesti tai nimenomaisesti suoraan lapsille ja nuorille, ja toisaalta markkinointia, jonka muodon vuoksi on todennäköistä, että lapset ja nuoret kiinnittävät siihen erityistä huomiota ja mahdollisesti antavat sen vaikuttaa itseensä.

Jotta voidaan määrittää, katsotaanko markkinointi erityisesti lapsille ja nuorille suunnatuksi, on tehtävä kokonaisarviointi. Symboleja ja ilmiöitä, jotka voidaan kohtuudella yhdistää lapsiin ja nuoriin tai jotka voivat vaikuttaa erityisen houkuttelevilta lapsista ja nuorista, on vältettävä. Markkinointikanavan, merkkien, värien, kuvien, ulkoasun ja musiikin valinta voivat olla sellaisia tekijöitä, jotka voidaan ottaa huomioon arvioinnissa.

Markkinointia ei pidä esittää siten, että hyödynnetään lasten ja nuorten kokemattomuutta ja tiedon puutetta. Markkinointia ei myöskään saa esittää siten, että se antaa vaikutelman siitä, että rahapelien pelaaminen on osoitus aikuisuudesta.

#### **2.3.1 Erityistä tietoa markkinoinnista lapsille ja nuorille tarkoitetuissa paikoissa**

#### *Yleiset ohjeet*

Pelien markkinointi ensisijaisesti lapsille ja nuorille tarkoitetuissa niin digitaalisissa kuin fyysisissä tiloissa ei ole sallittua. Digitaalisia tiloja ovat esimerkiksi verkkofoorumit, sosiaalisen median tilit ja ryhmät, podcast-lähetykset ja televisio-ohjelmat.

Katso myös 2.4 kohdan 2 alakohta, joka koskee ulkomainontaa paikoissa, jotka on tarkoitettu erityisesti lapsille ja nuorille.

### **2.3.2 Mainonta, jossa kuvataan lapsia ja nuoria**

#### *Yleiset ohjeet*

Kuvia lapsista ja nuorista pelien markkinoinnin yhteydessä saa esittää vain, jos kuvien tarkoituksena on kuvata voittoa tavoittelematonta tarkoitusta, johon toiminta myötävaikuttaa, ja jos markkinointi muutoin on maltillisuusvaatimuksen mukaista.

### **2.3.3 Sponsorointi ja lapsille ja nuorille suunnatut tuotteet**

Rahapelilain 15 luvun 5 §:ssä säädetään, että toimiluvanhaltijan on sponsorointisopimusten osalta varmistettava, että sen logoja ja rahapeli tuotteiden tai rahapelipalvelujen nimiä ei löydy tuotteista, jotka on tarkoitettu alle 18-vuotiaiden henkilöiden käyttöön.

#### *Yleiset ohjeet*

Toimiluvanhaltijoiden logot ja pelituotteiden tai -palvelujen nimet eivät saa näkyä erityisesti lapsille ja nuorille suunnatuissa konteksteissa ja tapahtumissa.

## **2.4 Erityisesti ulkomainonnasta**

#### *Yleiset ohjeet*

Pelien ulkomainonta on yleisesti sallittua edellyttäen, että se täyttää maltillisuusvaatimuksen. Jotta voidaan määrittää, onko ulkomainonta maltillisuusvaatimuksen mukaista, on tehtävä kokonaisarviointi.

Pelejä ei saa mainostaa ulkona erityisesti lapsille ja nuorille tarkoitetuissa paikoissa. Ks. myös markkinointikieltoa koskeva 2.3 kohta erityisesti lapsille ja nuorille kohdennetun markkinoinnin kieltämisestä.

## **3 kohta Suoramainonta**

### **3.1 Poissuljetuille pelaajille suunnatun suoramainonnan kieltäminen**

Rahapelilain 15 luvun 2 §:n mukaan markkinointia ei saa kohdistaa suoraan kuluttajille, jotka ovat valinneet vapaaehtoisen pelikiellon. Jos kuluttaja on lopettanut pelitilinsä toimiluvanhaltijan kanssa, toimiluvanhaltija voi kohdistaa markkinointia suoraan kuluttajalle vain, jos kuluttaja on hyväksynyt sen aktiivisesti tilinsä sulkemisen yhteydessä.

#### *Yleiset ohjeet*

Kiellon olisi koskettava kaikkia suoramainontatyyppejä ja sitä olisi sovellettava riippumatta siitä, onko kuluttaja ilmoittanut vapaaehtoisesta pelikiellostaan vapaaehtoista pelikieltoa koskevassa rekisterissä vai suoraan toimiluvanhaltijalle.

## **4 kohta Tiedotusvelvollisuus**

Rahapelilain 15 luvun 3 §:n mukaan pelejä koskevassa kaupallisessa viestinnässä on ilmoitettava selkeästi tiedot pelaamisen alaikärajasta.

Toimiluvanhaltijoiden on varmistettava, että rahapelipalveluja tarjoavissa tiloissa ja rahapelejä koskevan kaupallisen viestinnän yhteydessä – radioviestintää lukuun ottamatta – tarjotaan myös ongelmapelaamista koskevaa tietoa ja tukiorganisaation yhteystiedot.

### **4.1 Selkeää tiedotusta koskevat vaatimukset**

#### *Yleiset ohjeet*

Pelejä koskevan kaupallisen viestinnän yhteydessä toimiluvanhaltijan on varmistettava, että pelin ikärajaa koskevat tiedot ja tukiorganisaation yhteystiedot esitetään kuluttajalle selkeällä tavalla.

Kaupallisessa viestinnässä on ilmoitettava selkeästi ikärajaa koskevat tiedot ja tukiorganisaation yhteystiedot. Tietoja ei saa sijoittaa siten, että ne saattaisivat sekoittaa taustaan, kirjoittaa vaikealukuiseseen tai pieneen tekstiin tai esittää millään muulla tavalla, joka vaikeuttaa kuluttajan mahdollisuuksia tutustua tietoihin.

#### **4.1.1 Erityisesti tukiorganisaation yhteystiedot**

#### *Yleiset ohjeet*

Tiedotusvaatimuksen täyttämiseen ei voida katsoa riittävän pelkästään tukiorganisaation nimen ilmoittaminen. Tämän lisäksi on annettava jonkinlaisia lisätietoja, kuten verkko-osoite, sähköpostiosoite tai puhelinnumero.

## **5 kohta Bonustarjoukset**

Tähän kohtaan sisältyvien erityisohjeiden lisäksi myös 2, 3 ja 4 kohtaa sovelletaan bonustarjousten markkinointiin.

Bonustermi on määritelty kohdassa 1.3 ja se on rahapelilaissa olevan määritelmän mukainen.

#### *Yleiset ohjeet*

Jotta voidaan määrittää, onko tarjouksessa kyse rahapelilaissa tarkoitettusta bonustarjouksesta on tehtävä kokonaisarviointi. Tarjoustusta voidaan pitää bonustarjouksena, vaikka termiä ”bonus” ei olisi nimenomaisesti mainittu markkinoinnissa.

## **5.1 Kaikkiin bonustarjouksiin liittyvät säännöt ja ehdot**

Rahapeliasetuksen (2018:1475) 11 luvun 6 §:n mukaan bonusta tarjotessaan toimiluvanhaltijan on tarjouksen tekohetkellä ja pelaajan käyttäessä tarjousta selkeästi ja ymmärrettävästi ilmoitettava pelaajalle tarjoukseen sovellettavista säännöistä ja ehdoista.

### **5.1.1 Kaikkien bonustarjoukseen liittyvien sääntöjen ja ehtojen sijoittaminen ja esittäminen**

#### *Yleiset ohjeet*

Bonustarjousta markkinoidessaan toimiluvanhaltijan on selkeästi annettava kuluttajalle mahdollisuus tutustua tarjoukseen liittyviin sääntöihin ja ehtoihin. Jos bonustarjousta markkinoidaan internetissä, kaikki tarjoukseen liittyvät säännöt ja ehdot on esitettävä enintään yhden painalluksen päässä mainoksesta.

Bonustarjoukseen liittyvät säännöt ja ehdot on esitettävä selkeällä ja erottuvalla tavalla ja erillään toimiluvanhaltijan muista ehdoista. Viittausta toimiluvanhaltijan etusivuun ei pidä katsoa riittäväksi.

### **5.1.2 Ennen bonustarjousten käyttöä**

#### *Yleiset ohjeet*

Sen lisäksi, mitä kohdassa 5.1.1 todetaan, toimiluvanhaltijan on myös esitettävä selkeästi tarjoukseen liittyvät säännöt ja ehdot ennen kuin kuluttaja käyttää tarjousta.

Bonustarjousta ei pitäisi muotoilla siten, että kuluttajalla on houkutus hyväksyä se ennen siihen liittyvien sääntöjen ja ehtojen lukemista. Niissä ei esimerkiksi saisi olla näkyviä ominaisuuksia, joiden perusteella kuluttaja voi hyväksyä tarjouksen suoraan.

## **5.2 Bonustarjouksiin liittyvät erityisen tärkeät säännöt ja ehdot**

#### *Yleiset ohjeet*

Vedonlyöntivaatimukseen, panoksia koskeviin vaatimuksiin ja aikarajoihin liittyviä ehtoja olisi pidettävä kuluttajan kannalta erityisen tärkeinä. Ehtoa, jonka mukaan ainoastaan uudet pelaajat voivat tarvittaessa saada tarjouksen, on myös pidettävä erityisen tärkeänä kuluttajan kannalta.

### **5.2.1 Bonustarjouksiin liittyvien erityisen tärkeiden sääntöjen ja ehtojen sijoittaminen ja esittäminen**

#### *Yleiset ohjeet*

Erityisen tärkeät säännöt ja ehdot on esitettävä selkeästi alkuperäisessä mainoksessa, jossa bonustarjousta markkinoidaan. Ehtoja

ei saa sijoittaa tai esittää siten, että kuluttajan on vaikea nähdä niitä, esimerkiksi piilossa olevilta välilehdiltä.

## **6 kohta Erityisesti rekisteröitymisestä**

Rahapelilain 12 luvun 1 §:n mukaan toimiluvanhaltijan on rekisteröitävä kaikki henkilöt, jotka haluavat osallistua rahapeleihin. Saman lain 13 luvun 1 §:n mukaan verkossa tarjottavien rahapelien toimiluvan haltijan on avattava rahapelitili jokaiselle rekisteröidylle pelaajalle.

### **6.1 Markkinointi rekisteröintimenettelyn yhteydessä**

#### *Yleiset ohjeet*

Markkinointia, joka sisältää suostuttelevia ja houkuttelevia viestejä sellaisen rekisteröinnin jatkamisesta, jonka kuluttaja on päättänyt peruuttaa, ei pitäisi katsoa yhteensopivaksi maltillisuusvaatimuksen kanssa.

### **6.2 Väitteet, joiden mukaan rekisteröintiä ei vaadita**

#### *Yleiset ohjeet*

Toimiluvanhaltijat, joihin sovelletaan rekisteröintivaatimusta, eivät saa esittää markkinoinnissaan väitteitä, jotka voivat antaa kuluttajalle vaikutelman siitä, että pelaamiseen ei tarvita rekisteröitymistä tai pelaajatiliä.

---

Nämä yleiset ohjeet tulevat voimaan [Valitse päivämäärä tästä].

CECILIA TISELL