EUROPEAN COMMISSION
Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs
Single Market Enforcement
Notification of Regulatory Barriers

Numer powiadomienia : 2025/0146/SE (Sweden)

Wytyczne ogólne szwedzkiego Urzędu ds. Konsumentów odnoszące się do marketingu gier

Data otrzymania : 14/03/2025
Koniec zawieszenia : 17/06/2025 (closed)

Message

Wiadomość 001

Informacja od Komisji - TRIS/(2025) 0738

dyrektywa (UE) 2015/1535

Powiadomienie: 2025/0146/SE

Powiadomienie o projekcie tekstu przez państwo członkowskie

Notification – Notification – Notifzierung – Нотификация – Oznámení – Notifikation – Γνωστοποίηση – Notificación – Teavitamine – Ilmoitus – Obavijest – Bejelentés – Notifica – Pranešimas – Paziņojums – Notifika – Kennisgeving – Zawiadomienie – Notificação – Notificare – Oznámenie – Obvestilo – Anmälan – Fógra a thabhairt

Does not open the delays - N'ouvre pas de délai - Kein Fristbeginn - Не се предвижда период на прекъсване - Nezahajuje prodlení - Fristerne indledes ikke - Καμμία έναρξη προθεσμίας - No abre el plazo - Viivituste perioodi ei avata - Määräaika ei ala tästä - Ne otvara razdoblje kašnjenja - Nem nyitja meg a késéseket - Non fa decorrere la mora - Atidėjimai nepradedami - Atlikšanas laikposms nesākas - Ma jiftaħx il-perijodi ta’ dewmien - Geen termijnbegin - Nie otwiera opóźnień - Não inicia o prazo - Nu deschide perioadele de stagnare - Nezačína oneskorenia - Ne uvaja zamud - Inleder ingen frist - Ní osclaíonn sé na moilleanna

MSG: 20250738.PL

1. MSG 001 IND 2025 0146 SE PL 14-03-2025 SE NOTIF

2. Sweden

3A. Kommerskollegium

3B. Konsumentverket

4. 2025/0146/SE - H10 - Gry losowe

5. Wytyczne ogólne szwedzkiego Urzędu ds. Konsumentów odnoszące się do marketingu gier

6. Gry oferowane w Szwecji.

7.

8. Niniejsze wytyczne ogólne odnoszą się do przepisów dotyczących marketingu gier określonych w ustawie o grach

hazardowych (2018:1138) oraz w ustawie o marketingu (2008:486). Wytyczne odnoszą się do marketingu gier przede wszystkim w oparciu o wymóg umiarkowania, który ma zastosowanie do każdego marketingu gier i który jest zawarty w rozdziale 15 sekcja 1 ustawy o grach hazardowych. Wytyczne odnoszą się między innymi do marketingu w oparciu i konkretne sytuacje i konteksty, obejmując zakaz kierowania marketingu gier do dzieci i młodzieży. Wytyczne odnoszą się również do konkretnych praktyk marketingu w oparciu o wymóg umiarkowania. Wytyczne zawierają również sekcje odnoszące się do zakazu reklamy bezpośredniej skierowanej do wykluczonych graczy oraz sposobu przekazywania określonych informacji w związku z komunikacją handlową. W wytycznych określono również, co powinno mieć zastosowanie w szczególności w związku z marketingiem ofert premiowych.

Uzasadnienie braku klauzuli wzajemnego uznawania

Szwedzkie przepisy dotyczące gier hazardowych, na których opierają się wytyczne ogólne, są oparte na systemie licencjonowania, co oznacza, że przedsiębiorstwa zamierzające prowadzić działalność w zakresie gier hazardowych w Szwecji muszą posiadać szwedzką licencję. Operatorzy posiadający licencję muszą przestrzegać szwedzkich przepisów dotyczących gier hazardowych. System licencjonowania oznacza, że zagraniczni operatorzy nie mogą automatycznie świadczyć swoich usług w Szwecji, nawet jeśli można je uznać za legalne w innych krajach. Przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie gier hazardowych skierowaną do szwedzkich konsumentów bez szwedzkiej licencji należy uznać za oferujące nielicencjonowane gry hazardowe, co nie jest objęte przepisami ustawy o grach hazardowych. W związku z tym klauzula wzajemnego uznawania nie jest uzasadniona w świetle struktury systemu licencjonowania.

Co więcej, restrykcje i ograniczenia nałożone na mocy ustawy o grach hazardowych są uzasadnione z punktu widzenia ochrony konsumentów oraz w celu ochrony zdrowia publicznego.

9. Celem wytycznych ogólnych jest promowanie jednolitego stosowania przepisów dotyczących marketingu gier zawartych w ustawie o grach hazardowych (2018:1138). Ponadto wytyczne mają na celu uproszczenie interpretacji wymogu umiarkowania oraz dostarczenie sektorowi wytycznych dotyczących sposobu projektowania marketingu gier w celu zapewnienia zgodności z obowiązującymi przepisami.

10. Odniesienia do tekstów podstawowych: Brak tekstów podstawowych

11. Nie

12.

13. Nie

14. Nie

15. Tak

16.
Aspekty TBT: Nie

Aspekty SPS: Nie

****
Komisja Europejska
Punkt kontaktowy Dyrektywa (UE) 2015/1535
e-mail: grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu