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

Numer powiadomienia : 2026/0558/BG (Bulgaria)

Tytuł: Projekt ustawy o zmianie ustawy o grach hazardowych

Data otrzymania : 15/10/2026
Koniec zawieszenia : 18/01/2027

Message

Wiadomość 001

Informacja od Komisji - TRIS/(2026) 2921

dyrektywa (UE) 2015/1535

Powiadomienie: 2026/0558/BG

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: 20262921.PL

1. Komunikat powiadomienia: MSG 001 IND 2026 0558 BG PL 15-10-2026 BG NOTIF

2. Państwo: Bulgaria

3A. Departament odpowiedzialny za powiadomienie: Министерство на икономиката, инвестициите и индустрията
Дирекция "Европейски въпроси и законодателство на ЕС за стоки и услуги"
ул. "Славянска" № 8, 1052, София
Tel.: +359 2 940 7522 / +359 2 940 7336
Fax.: +359 2 987 8952
infopointBG@mi.government.bg

3B. Departament, z którego pochodzi powiadomienie: Министерство на финансите
ул. ”Г.С.Раковски” № 102, София - 1040
Tel.: +359 2 9859 2851
FAX: +359 2 9859 2852
E-mail: taxpolicy@minfin.bg

4. Produkty/Usługi 2026/0558/BG - H10 - Gry losowe

5. Tytuł: Projekt ustawy o zmianie ustawy o grach hazardowych

6. Szczegóły produktu/usługi: Projekt ustawy o zmianie ustawy o grach hazardowych przewiduje zakaz reklamowania gier losowych, w tym reklamowania zakładów online, i ma na celu znaczne ograniczenie obecności reklamowej gier hazardowych.

7. Powiadomienie na podstawie innego aktu UE

8. Streszczenie: Opinia
Przedmiot: Stosowalność wyjątku, o którym mowa w art. 6 ust. 7 lit. a) dyrektywy (UE) 2015/1535, dotyczącego zakazu reklamowania gier hazardowych, a w szczególności zakazu reklamowania zakładów online (sekcja 8 projektu zmiany kodeksu postępowania podatkowego i zabezpieczenia społecznego)

1. Przedmiot opinii
W niniejszej opinii przedstawiono podstawę prawną zakazu reklamowania gier hazardowych, a w szczególności zakazu reklamowania zakładów online, przewidzianego w projekcie ustawy o zmianie ustawy o grach hazardowych, oraz uzasadniono potrzebę oceny tego systemu w odniesieniu do stosowania wyjątku, o którym mowa w art. 6 ust. 7 lit. a) dyrektywy (UE) 2015/1535 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 września 2015 r. ustanawiającej procedurę udzielania informacji w dziedzinie przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego.
2. Charakter prawny i cel publiczny proponowanej zmiany legislacyjnej
Projekt ustawy o zmianie ustawy o grach hazardowych przewiduje zakaz reklamowania gier hazardowych, a w szczególności zakaz reklamowania zakładów online, i ma na celu znaczne ograniczenie obecności reklamowej gier hazardowych w przestrzeni publicznej i cyfrowej, co należy rozpatrywać w kontekście uzasadnionego celu, jakim jest ochrona zdrowia publicznego, zapobieganie uzależnieniu od hazardu, ograniczenie wpływu hazardu na nieletnich oraz zapewnienie skutecznej kontroli nad oferowaniem i promowaniem gier hazardowych.
Cel ten ma szczególne znaczenie publiczne i nie można go sprowadzać wyłącznie do ochrony interesów ekonomicznych konsumentów ani do zwykłej regulacji komunikacji handlowej.
Gry losowe wiążą się ze szczególnie wysokim ryzykiem uzależnienia, utraty kontroli finansowej oraz poniesienia negatywnych konsekwencji w życiu osobistym, rodzinnym i społecznym. Reklama potęguje te zagrożenia, przyciągając nowych graczy, zachęcając do ponownego udziału w grach oraz stwarzając wrażenie, że łatwo jest osiągnąć zysk lub że hazard jest normalną formą rozrywki i sposobem na osiągnięcie sukcesu finansowego.
Te konkretne cechy mają zasadnicze znaczenie w przypadku zakładów online. W przeciwieństwie do gier hazardowych, do których dostęp wymaga fizycznej wizyty w salonie gier lub kasynie, z usług hazardowych online można korzystać w dowolnym momencie, za pomocą różnych urządzeń i bez bezpośredniego kontaktu fizycznego z operatorem gier hazardowych.
Komunikaty reklamowe docierają do konsumentów za pośrednictwem stron internetowych, mediów społecznościowych, mediów elektronicznych i innych kanałów cyfrowych, w tym również w sytuacjach, gdy konsument nie poszukuje aktywnie informacji na temat gier hazardowych.
W związku z tym zakaz reklamy stanowi samodzielny instrument regulacyjny mający na celu ograniczenie wpływu usług hazardowych na społeczeństwo. Jego rola nie ogranicza się jedynie do regulowania sposobu, w jaki operatorzy gier hazardowych komunikują się z konsumentami; obejmuje ona również zapobieganie ryzykownym zachowaniom oraz ochronę osób szczególnie narażonych, zwłaszcza dzieci i nieletnich.
Istnieje uzasadniona i obiektywnie uzasadniona potrzeba przyjęcia ukierunkowanych i skutecznych środków regulacyjnych w celu ochrony społeczeństwa przed negatywnymi skutkami hazardu poprzez ograniczenie systematycznego pojawiania się komunikatów dotyczących hazardu w przestrzeni publicznej i cyfrowej oraz zapobieganie ich wpływowi na postawy społeczne, zachowania konsumentów i wrażliwe grupy społeczne.
Nieograniczony i powszechny obieg reklam hazardu stwarza warunki do postrzegania hazardu jako powszechnej, społecznie akceptowanej i łatwo dostępnej formy rozrywki, a jednocześnie sprzyja niedocenianiu zagrożeń finansowych, psychologicznych i zdrowotnych związanych z hazardem.
W związku z tym zakaz reklamowania gier hazardowych stanowi środek zapobiegawczy o istotnym znaczeniu społecznym, mający na celu ograniczenie bodźców do udziału w grach wiążących się z ryzykiem finansowym,

zmniejszenie prawdopodobieństwa wystąpienia problemowych zachowań hazardowych oraz zapewnienie wysokiego poziomu uwagi poświęcanej

9. Krótkie uzasadnienie: Projekt ustawy o zmianie ustawy o grach hazardowych przewiduje zakaz reklamowania gier hazardowych, a w szczególności zakaz reklamowania zakładów online, i ma na celu znaczne ograniczenie obecności reklamowej gier hazardowych w przestrzeni publicznej i cyfrowej, co należy rozpatrywać w kontekście uzasadnionego celu, jakim jest ochrona zdrowia publicznego, zapobieganie uzależnieniu od hazardu, ograniczenie wpływu hazardu na nieletnich oraz zapewnienie skutecznej kontroli nad oferowaniem i promowaniem gier hazardowych.
Istnieje uzasadniona i obiektywnie uzasadniona potrzeba przyjęcia pilnych i skutecznych środków regulacyjnych w celu ochrony społeczeństwa przed negatywnymi skutkami hazardu poprzez ograniczenie systematycznego pojawiania się komunikatów dotyczących hazardu w przestrzeni publicznej i cyfrowej oraz zapobieganie ich wpływowi na postawy społeczne, zachowania konsumentów i wrażliwe grupy społeczne.
Biorąc pod uwagę stale rosnący wpływ internetu i mediów społecznościowych na codzienne życie młodych ludzi, niekontrolowane rozprzestrzenianie się reklam hazardu – w tym tych promowanych przez influencerów i popularne osobistości internetowe – stwarza realne ryzyko, że hazard będzie postrzegany jako łatwo dostępna droga do szybkich zysków i sukcesu finansowego. Ta tendencja wymaga podjęcia pilnych, konsekwentnych i skutecznych działań mających na celu ograniczenie szkodliwego wpływu takich komunikatów. Ochrona młodzieży nie może ograniczać się wyłącznie do ostrzeżeń i formalnych ograniczeń – wymaga ona jasnej i jednoznacznej polityki regulacyjnej, obejmującej zakaz reklamowania gier hazardowych we wszystkich formach i we wszystkich kanałach dystrybucji.

9a. Adekwatność środka do osiągnięcia zamierzonego celu: Ochrona nieletnich ma zasadnicze znaczenie w regulacjach dotyczących zakładów online oraz zakazu ich reklamowania i pokazuje, że prawo Unii Europejskiej dopuszcza, w pewnych okolicznościach, przyjęcie środków nadzwyczajnych dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego w ramach specjalnego trybu proceduralnego, gdy jest to konieczne dla ochrony nadrzędnego interesu publicznego.
Zgodnie z ustawą o grach hazardowych Krajowa Agencja Skarbowa prowadzi rejestr osób wymagających szczególnego traktowania, które uważają, że mają problem z grami hazardowymi. Na koniec września 2026 r. w rejestrze figurowało łącznie 46 318 osób, w tym:
 18 892 osób w wieku do 24 lat, z czego 6 856 osób w wieku do 20 lat;
 17 910 osób w wieku od 25 do 30 lat.
Dane z rejestru wyraźnie wskazują, że osoby młode poniżej 30 roku życia są osobami najbardziej narażonymi na uzależnienie od hazardu, a ich względny udział wynosi 79,4 % wszystkich osób zarejestrowanych w rejestrze.
Oficjalne statystyki przedstawiają niepokojącą tendencję, która wymaga natychmiastowej i zdecydowanej reakcji – młodzi ludzie należą do grup najbardziej narażonych na ryzyko uzależnienia od hazardu. Coraz częstsze korzystanie z mechanizmu samowykluczenia stanowi poważną wskazówkę co do skali tego problemu oraz konieczności podjęcia działań zapobiegawczych w celu ochrony młodszego pokolenia, zanim hazard przerodzi się w uzależnienie, które będzie miało długotrwałe konsekwencje dla jego życia osobistego, społecznego i finansowego.
Biorąc pod uwagę stale rosnący wpływ internetu i mediów społecznościowych na codzienne życie młodych ludzi, niekontrolowane rozprzestrzenianie się reklam hazardu – w tym tych promowanych przez influencerów i popularne osobistości internetowe – stwarza realne ryzyko normalizacji zachowań hazardowych oraz postrzegania hazardu jako łatwo dostępnej drogi do szybkich zysków i sukcesu finansowego. Ta tendencja wymaga podjęcia pilnych, konsekwentnych i skutecznych działań mających na celu ograniczenie szkodliwego wpływu takich komunikatów.
Zakaz reklamowania zakładów online w internecie ograniczy możliwość narażenia nieletnich na komunikaty reklamowe, które w manipulacyjny sposób przedstawiają hazard jako łatwy sposób na wygranie znacznych sum pieniędzy, bez odpowiedniego podkreślenia rzeczywistego ryzyka strat finansowych, uzależnienia oraz poważnych konsekwencji osobistych i rodzinnych.
Ochrona młodzieży nie może ograniczać się wyłącznie do ostrzeżeń i formalnych ograniczeń – wymaga ona pilnej i jednoznacznej polityki regulacyjnej, obejmującej zakaz reklamowania gier hazardowych we wszystkich formach i we wszystkich kanałach dystrybucji.

9b. Niezbędność: Wyeliminowanie szkodliwego wpływu reklam i promocji gier losowych, operatorów gier hazardowych oraz ich charakterystycznych logo i oznaczeń na społeczeństwo, a w szczególności na młodzież i inne grupy szczególnie

wrażliwe.

9c. Nadmierne obciążenie w stosunku do zamierzonego celu: Te konkretne cechy mają zasadnicze znaczenie w przypadku zakładów online. W przeciwieństwie do gier losowych, do których dostęp wymaga fizycznej wizyty w salonie gier lub kasynie, z usług hazardowych online można korzystać w sposób ciągły, za pomocą różnych urządzeń i bez bezpośredniego kontaktu fizycznego.
Komunikaty reklamowe docierają do konsumentów za pośrednictwem stron internetowych, mediów społecznościowych, mediów elektronicznych i innych kanałów cyfrowych, w tym również w sytuacjach, gdy konsument nie poszukuje aktywnie informacji na temat gier hazardowych.
Głównymi celami projektu ustawy są wyeliminowanie szkodliwego wpływu reklamy i promocji gier losowych, podmiotów oferujących gry losowe oraz ich logo i oznaczeń na społeczeństwo, zwłaszcza na młodzież i inne grupy wrażliwe, oraz większe zaangażowanie podmiotów oferujących gry losowe w przezwyciężanie i ograniczanie negatywnych skutków społecznych związanych z hazardem.
Zakaz reklamowania gier hazardowych, a dokładniej zakaz reklamowania gier hazardowych online, nie stanowi celu samego w sobie, polegającego na ograniczeniu świadczenia usług, lecz jest ukierunkowanym środkiem ochronnym wynikającym z konieczności przeciwdziałania zagrożeniom związanym z ekspansją rynku gier hazardowych online, powszechnym rozpowszechnianiem komunikatów reklamowych w środowisku cyfrowym oraz ich potencjalnym wpływem na zdrowie publiczne, porządek publiczny, a w szczególności na dzieci i osoby nieletnie, które są najbardziej podatne na uzależnienie od hazardu i najbardziej narażone na jego rozwój.
Skutecznej ochrony nie można sprowadzać wyłącznie do ostrzegania o zagrożeniach związanych z hazardem, przekazywania konsumentom formalnych informacji ani działań podejmowanych dopiero po wystąpieniu negatywnych skutków. Gdy sam wpływ reklamy przyczynia się do zachęcania do udziału w grach losowych, działania prewencyjne wymagają ograniczenia mechanizmów, za pośrednictwem których wpływ ten jest wywierany. W tym sensie zakaz reklamy gier hazardowych przewidziany w projekcie ustawy odnosi się do istotnego źródła ryzyka i powinien być oceniany w świetle jego funkcji ochronnej, celu publicznego i potrzeby skutecznego egzekwowania.

10. Odniesienia do tekstów podstawowych: Teksty podstawowe zostały przekazane w ramach wcześniejszego powiadomienia:
2026/0536/BG

11. Zastosowanie trybu pilnego: Tak

12. Proszę podać powody pilności środka: Projekt ustawy o zmianie ustawy o grach hazardowych przewiduje zakaz reklamowania gier hazardowych, a w szczególności zakaz reklamowania zakładów online, i ma na celu znaczne ograniczenie obecności reklamowej gier hazardowych w przestrzeni publicznej i cyfrowej, co należy rozpatrywać w kontekście uzasadnionego celu, jakim jest ochrona zdrowia publicznego, zapobieganie uzależnieniu od hazardu, ograniczenie wpływu hazardu na nieletnich oraz zapewnienie skutecznej kontroli nad oferowaniem i promowaniem gier hazardowych.
Ochrona nieletnich ma zasadnicze znaczenie w regulacjach dotyczących zakładów online oraz zakazu ich reklamowania i pokazuje, że prawo Unii Europejskiej dopuszcza, w pewnych okolicznościach, przyjęcie środków nadzwyczajnych dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego w ramach specjalnego trybu proceduralnego, gdy jest to konieczne dla ochrony nadrzędnego interesu publicznego.
Szczegółowe uzasadnienie pilnego charakteru środka przedstawiono w sekcji dotyczącej dokumentów potwierdzających.

13. Wniosek o zachowanie poufności: Nie

14. Czy jest to środek fiskalny? Nie

15. Czy ma ocenę skutków? Nie

16.
Aspekty TBT: Nie

Aspekty SPS: Nie

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