

# Sbírka předpisů Švédské agentury pro spotřebitele

ISSN 0347-8041 (tištěná verze),  
2003-1068 (on-line) Vydavatel:  
Patrik Sundkvist

---

## Obecná doporučení Švédské agentury pro spotřebitele o propagaci her pro spotřebitele,

přijato dne Zde zvolte datum.<sup>1</sup>

Švédská agentura pro spotřebitele přijala níže uvedená obecná doporučení. Tato doporučení se týkají ustanovení o propagaci, která jsou součástí zákona o hazardních hrách (2018:1138) a zákona o propagaci (2008:486).

### Oddíl 1. Úvodní ustanovení

#### 1.1 Úvod

Obecná doporučení jsou doporučení týkající se uplatňování právních předpisů, která naznačují, jak někdo může nebo má v určitém ohledu jednat. Jejich cílem je zjednodušit výklad a podpořit jednotné uplatňování, nejsou však formálně závazná.

K obecným doporučením je připojeno tzv. důvodová zpráva, která obsahuje mimo jiné připomínky k obecným doporučením.

#### 1.2 Použití

se použijí při uplatňování pravidel pro uvádění hazardních her na trh pro spotřebitele v zákoně o hazardních hrách (2018:1138), dále jen „zákon o hazardních hrách“.

Doporučení se vztahují na hry poskytované ve Švédsku bez ohledu na to, zda je hra poskytována z jiné země.

On-line hry, které nejsou určeny pro švédský trh, se nepovažují za hry poskytované ve Švédsku.

#### 1.3 Definice a pojmy

*Hazardními hrami se rozumí loterie, sázení, kombinované hry a pyramidové hry;*

KOVFS 2025:2

Zveřejněno dne Zvolit datum

---

<sup>1</sup> Viz směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2015/1535 ze dne 9. září 2015 o postupu při poskytování informací v oblasti technických předpisů a předpisů pro služby informační společnosti.

*on-line hrami* se rozumí hry, které jsou poskytovány pomocí elektronických komunikačních prostředků a které hraje jeden nebo více hráčů a subjektem, který hru poskytuje;

*bonusem* se rozumí sleva nebo obdobná finanční pobídka přímo spojená s hrou;

*propagací* se rozumí reklama a jiná opatření v rámci obchodní činnosti určená k podpoře prodeje a dostupnosti výrobků, včetně jakéhokoli jednání, opomenutí nebo jiného úkonu či chování obchodníka před prodejem nebo dodávkou výrobků spotřebitelům nebo obchodníkům, v jejich průběhu nebo po nich;

*obchodním sdělením* se pro účely tohoto doporučení rozumí jakákoli forma obchodního sdělení, jehož cílem je přímo či nepřímo propagovat hry poskytované držitelem licence.

## **Oddíl 2. Požadavek na umírněnou propagaci**

### **2.1 Propagace hazardních her pro spotřebitele musí být umírněná**

Podle kapitoly 15 § 1 zákona o hazardních hrách je třeba při uvádění hazardních her na trh pro spotřebitele dodržovat umírněnost.

#### *Obecné doporučení*

Pro určení toho, zda je opatření týkající se propagace v souladu s požadavkem na umírněnost, je třeba provést celkové posouzení.

Požadavek na umírněnost se vztahuje na veškerou propagaci hazardních her, která spadá do oblasti působnosti oddílu 1.2, a zahrnuje samotnou obchodní prezentaci, obsah propagace a způsob, jakým byla propagace na zvoleném médiu koncipována.

Propagaci hazardních her na místech, kde spotřebitelé takovou propagaci obvykle neočekávají nebo kde by se taková propagace neměla vyskytovat, lze samu o sobě považovat za nedostatečně umírněnou, viz zejména oddíly 2.3 a 2.4.

## **2.2 Koncepce propagace**

### **2.2.1 Propagace, která je vtíravá a může přitahovat zvláštní pozornost**

#### *Obecné doporučení*

Uvádění her na trh nesmí být invazivní a nesmí přitahovat zvláštní pozornost. Propagace, která svou povahou přitahuje zvláštní pozornost, by neměla být povolena.

#### *2.2.1.1 Zejména pokud jde pravděpodobnosti výhry Obecné doporučení*

Propagace hazardních her nesmí vyvolávat dojem, že šance na výhru jsou větší, než ve skutečnosti jsou. Příkladem takové propagace jsou tvrzení, která ve spotřebiteli vyvolávají dojem, že je snadné vyhrát velké částky peněz, nebo tvrzení, že výhra je rychlá.

Propagace by neměla být koncipována nebo prezentována způsobem, který ve spotřebiteli vyvolává dojem, že má zaručenou výhru nebo že je prakticky nemožné nevyhrát.

#### *2.2.1.2 Zejména pokud jde o technické a grafické návrhy Obecné doporučení*

Technické návrhy, kterým se spotřebitel nemůže rozumně vyhnout, jsou považovány za:

rušivé a neslučitelné s požadavkem na umírněnost. Příkladem takových technických návrhů jsou vyskakovací okna a reklamy, které zabírají celou obrazovku nebo které lze jinak považovat za vtíravé.

Technické návrhy obsahující například pulzující a/nebo blikající prvky, které přitahují zvláštní pozornost, lze považovat za vtíravé a neslučitelné s požadavkem na umírněnost.

#### *2.2.1.3 Zejména pokud jde o účast známých osob na propagaci her*

##### *Obecné doporučení*

Pokud se na propagaci hazardních her podílejí známé a úspěšné osoby, neměla by tato propagace vyvolávat dojem, že hazardní hry přispěly k úspěchu nebo slávě dané osoby.

Stejně tak by propagace neměla vyvolávat dojem, že hazardní hry mohou vést k takovému úspěchu nebo slávě u jiných hráčů.

## **2.2.2 Podněcující propagace**

##### *Obecné doporučení*

Propagace her by neměla obsahovat podněcující sdělení, která by mohla spotřebitele povzbudit nebo ovlivnit k neuváženému rozhodnutí začít hrát.

Propagace, kterou lze bez ohledu na její obsah v důsledku jejího umístění, prezentace nebo jiného specifického provedení považovat za podněcování k hazardním hrám a která by neměla být považována za slučitelnou s požadavkem na umírněnost.

## *Objektivní a vyvážená propagace*

### *Obecné doporučení*

Propagace hazardních her by měla být věcná a vyvážená, pokud jde o její podobu a obsah. Propagace by neměla být koncipována tak, aby se hra jevila jako bezriziková.

Propagace by neměla obsahovat tvrzení, že ke hře není třeba žádný vklad, pokud je od spotřebitele vyžadováno něco za něco, například že spotřebitel musí zaplatit vklad, aby se mohl hry zúčastnit.

Při propagaci by neměl vznikat dojem, že hazardní hra může být řešením sociálních nebo ekonomických problémů. Příkladem takové propagace mohou být tvrzení naznačující, že hazardní hry jsou alternativou k zaměstnání, příjmu nebo řešením sociálních problémů, jako je osamělost nebo nuda.

### **2.3 Zákaz propagace zaměřené především na děti a mládež**

Podle kapitoly 15 § 1 odst. 2 zákona o hazardních hrách je zakázáno zaměřit propagaci hazardních her především na osoby mladší 18 let.

#### *Obecné doporučení*

Zákaz by se měl vztahovat na propagaci, která je záměrně nebo výslovně zaměřena přímo na děti a mladistvé, jakož i na propagaci, z jejíhož provedení lze předpokládat, že si jí děti a mladiství budou obzvláště všimnout a mohou být touto propagací ovlivněni.

K tomu, aby bylo možné určit, zda lze propagaci považovat za zaměřenou především na děti nebo mladé lidi, je třeba provést celkové posouzení. Je třeba se vyhnout symbolům a jevům, které mohou být důvodně spojovány s dětmi a dospívajícími nebo na ně obzvláště působí. Faktory, které je třeba při posuzování zohlednit, mohou být volba propagačního kanálu, znaky, barvy, obrázky, uspořádání a hudba.

Při propagaci by se nemělo využívat nezkušenosti a nedostatečných znalostí dětí a dospívajících. Propagace by rovněž neměla být prezentována tak, aby vyvolávala dojem, že hazardní hry jsou důkazem dospělosti.

#### **2.3.1 Konkrétně informace o propagaci na místech určených dětem a mládeži**

##### *Obecné doporučení*

Propagace hazardních her na místech, digitálních i fyzických, která jsou

primárně určena dětem a mladistvým, není povolena. Příkladem digitálních míst jsou internetová fóra, účty a skupiny na sociálních sítích, podcasty a televizní programy. Viz rovněž oddíl 2.4 odst. 2 o venkovní reklamě na místech určených výhradně pro děti a mladistvé.

### **2.3.2 Reklama zobrazující děti a mládež**

#### *Obecné doporučení*

Vyobrazení dětí a mladých lidí v souvislosti s propagací her by se měla používat pouze tehdy, pokud je účelem vyobrazení popsat nevýdělečné účely, k nimž daná činnost přispívá, a propagace jinak splňuje požadavek na umírněnost.

### **2.3.3 Sponzorství a produkty určené pro děti a mládež**

Kapitola 15 § 5 zákona o hazardních hrách se uvádí, že v případě sponzorských smluv musí držitel licence zajistit, aby se jeho loga a názvy produktů nebo služeb hazardních her neobjevovaly na produktech určených pro osoby mladší 18 let.

#### *Obecné doporučení*

Loga držitelů licence a názvy produktů nebo služeb hazardních her by se neměly objevovat v kontextech a na shromážděních, která jsou specificky zaměřena na děti a mládež.

## **2.4 Zejména, pokud jde o venkovní reklamu**

#### *Obecné doporučení*

Venkovní reklama na hazardní hry je obecně povolena za předpokladu, že splňuje požadavek na umírněnost. Pro učení toho, zda je venkovní reklama slučitelná s požadavkem na umírněnost, je třeba provést celkové posouzení.

Venkovní reklama na hazardní hry nesmí být umístěna na místech určených především pro děti a mladistvé. Viz také oddíl 2.3 o zákazu propagace zaměřené především na děti a mladistvé.

## **Oddíl 3. Přímá propagace**

### **3.1 Zákaz přímé propagace pro hráče s pozastavenými právy**

Podle kapitoly 15 § 2 zákona o hazardních hrách nesmí být propagace zaměřena přímo na spotřebitele, který sám pozastavil hraní hazardních her. Pokud spotřebitel ukončil svůj účet pro hazardní hry u držitele licence, může držitel licence zasílat reklamu přímo spotřebiteli pouze

tehdy, pokud s tím spotřebitel v souvislosti s ukončením aktivně souhlasil.

#### *Obecné doporučení*

Zákaz by se měl vztahovat na všechny druhy přímé propagace a platí bez ohledu na to, zda spotřebitel zrušil hraní hazardních her v rejstříku pro sebevyloučení nebo přímo u držitele licence.

### **Oddíl 4. Povinnost poskytovat informace**

Podle kapitoly 15 § 3 zákona o hazardních hrách musí obchodní sdělení týkající se hazardních her obsahovat jasné informace o minimálním věku pro hraní hazardních her.

Na místech, kde se provozují hazardní hry, a v souvislosti s obchodními sděleními o hazardních hrách, s výjimkou těchto sdělení v rozhlase, musí držitel licence rovněž zajistit, aby byly uvedeny kontaktní údaje na organizaci, která poskytuje informace a podporu v souvislosti s problémy s hazardními hrami.

#### **4.1 Požadavky na jasné informace**

##### *Obecné doporučení*

V souvislosti s obchodními sděleními týkajícími se hazardních her musí držitel licence zajistit, aby informace o věkové hranici pro hru a kontaktní údaje na organizaci poskytující podporu byly uvedeny způsobem, který je pro spotřebitele srozumitelný.

Informace o věkové hranici a kontaktní údaje na podpůrnou organizaci musí být v obchodním sdělení uvedeny na viditelném místě. Informace by neměly být umístěny tak, aby hrozilo, že splynou s pozadím, neměly by být psány obtížně čitelným nebo malým textem ani by neměly být prezentovány jiným způsobem, který spotřebiteli znesnadňuje jejich čtení.

##### **4.1.1 Zejména pokud jde o kontaktní údaje podpůrné organizace**

##### *Obecné doporučení*

Pro splnění požadavku na informace by nemělo být považováno za dostačující uvést pouze název podpůrné organizace. Měla by být uvedena i nějaká forma dalších kontaktních údajů, jako je internetová adresa, e-mailová adresa nebo telefonní číslo.

### **Oddíl 5. Nabídky bonusu**

Kromě konkrétních rad v tomto oddíle se oddíly 2, 3 a 4 vztahují také na

uvádění nabídek bonusu na trh.

Pojem bonus je definován v oddíle 1.3 a vychází z definice uvedené v zákoně o hazardních hrách.

#### *Obecné doporučení*

Pro určení, zda nabídka představuje nabídku bonusu ve smyslu zákona o hazardních hrách je třeba provést celkové posouzení. Nabídku lze považovat za nabídku bonusu, i když pojem bonus není v marketingu výslovně uveden.

### **5.1 Obchodní podmínky pro všechny nabídky bonusu**

Podle kapitoly 11 § 6 vyhlášky o hazardních hrách (2018:1475) musí držitel licence při nabídce bonusu jasně a jednoznačně informovat hráče o pravidlech a podmínkách, které se na nabídku vztahují, a to jak při podání nabídky, tak při jejím využití hráčem.

#### **5.1.1 Umístění a prezentace všech pravidel a podmínek nabídek bonusů**

##### *Obecné doporučení*

Při propagaci nabídky bonusu na trh by měl držitel licence poskytnout spotřebiteli možnost přečíst si podmínky nabídky jasným a srozumitelným způsobem. Pokud je nabídka bonusu inzerována na internetu, měly by být všechny podmínky nabídky prezentovány maximálně jedno kliknutí od reklamy.

Podmínky nabídky bonusu by měly být prezentovány jasně a odděleně od ostatních podmínek držitele licence. Odkaz na domovskou stránku držitele licence by neměl být považován za dostatečný.

#### **5.1.2 Před využitím nabídky bonusu**

##### *Obecné doporučení*

Kromě toho, co je uvedeno v bodě 5.1.1, by měl držitel licence před využitím nabídky spotřebitelem také jasně prezentovat podmínky nabídky.

Nabídka bonusu by neměla být koncipována tak, aby spotřebitele sváděla k jejímu přijetí, aniž by si předtím přečetl podmínky. Například by neměly být na viditelném místě prvky, které spotřebiteli umožňují nabídku přímo přijmout.

### **5.2 Zejména pokud jde o důležité podmínky pro nabídky bonusů**

#### *Obecné doporučení*



Podmínky týkající se požadavků na obrat, požadavků na intervence a časových limitů by měly být považovány za obzvláště důležité pro spotřebitele. Za obzvláště důležité pro spotřebitele by měly být považovány také podmínky, které uvádějí, že nabídky se mohou účastnit pouze noví hráči, pokud jsou použitelné.

### **5.2.1 Umístění a prezentace obzvláště důležitých podmínek pro nabídky bonusů**

#### *Obecné doporučení*

Důležité podmínky by měly být jasně uvedeny v úvodní reklamě, v níž je nabídka bonusu propagována. Podmínky by neměly být umístěny nebo prezentovány způsobem, který spotřebiteli ztěžuje jejich přečtení, například ve skrytých záložkách.

## **Oddíl 6. Zejména pokud jde o registraci**

Podle kapitoly 12 § 1 zákona o hazardních hrách musí držitel licence registrovat každého, kdo se chce účastnit hazardních her. Podle kapitoly 13 § 1 téhož zákona musí držitel licence s licencí k provozování hazardních her online zřídit každému registrovanému hráči účet pro hazardní hry.

### **6.1 Propagace v souvislosti s procesem registrace**

#### *Obecné doporučení*

Propagace, která obsahuje nátlakové a lákavé zprávy o pokračování v registraci, kterou se spotřebitel rozhodl zrušit, by neměla být považována za slučitelnou s požadavkem na umírněnost.

### **6.2 Tvrzení, že není nutná žádná registrace**

#### *Obecné doporučení*

Držitelé licence, na které se vztahuje požadavek registrace, nesmějí ve své propagaci používat tvrzení, která mohou ve spotřebiteli vyvolat dojem, že ke hře není nutná registrace ani herní účet.

---

Toto obecné doporučení vstupuje v platnost zde zvolte datum.