A Svéd Fogyasztóvédelmi Ügynökség jogszabálygyűjteménye

ISSN 0347-8041 (nyomtatott), 2003-1068 (online)
Kiadó: Patrik Sundkvist

A Svéd Fogyasztóvédelmi Ügynökség általános iránymutatása a szerencsejátékok fogyasztóknak történő reklámozásáról

Szerencsejáték: lottójáték, fogadás, kombinált fogadás és piramisjáték;

Elfogadás időpontja: Válassza ki a dátumot itt.[1]

A Svéd Fogyasztóvédelmi Ügynökség a következő általános iránymutatást fogadta el. Ez az iránymutatás a szerencsejáték-törvényben (2018:1138) és a reklámtörvényben (2008:486) a reklámozásra vonatkozóan meghatározott rendelkezésekhez kapcsolódik.

1. szakasz Bevezető rendelkezések

1.1 Bevezetés

Az általános iránymutatás a jogszabályok alkalmazásával kapcsolatos ajánlásnak minősül, amely megmutatja, hogy adott személy hogyan járhat el, illetve hogyan kell eljárnia egy bizonyos tekintetben. Az általános iránymutatás célja az értelmezés megkönnyítése és az egységes alkalmazás előmozdítása, azonban formálisan nem kötelező erejű.

Az általános iránymutatás magában foglal egy úgynevezett határozati feljegyzést is, amely többek között az iránymutatással kapcsolatos megjegyzéseket tartalmazza.

1.2 Hatály

Ez az általános iránymutatás a szerencsejátékokról szóló törvényben (2018:1138) (a továbbiakban: szerencsejáték-törvény) a szerencsejátékok fogyasztóknak történő reklámozására vonatkozóan meghatározott szabályok alkalmazására vonatkozik.

Az iránymutatás a Svédországban biztosított szerencsejátékokra vonatkozik, függetlenül attól, hogy a szerencsejátékot egy másik országból biztosítják-e.

A nem a svéd piacra irányuló online szerencsejátékok nem tekinthetők Svédországban nyújtott szerencsejátéknak.

1.3 Fogalommeghatározások és fogalmak

KOVFS 2025:2

Közzététel időpontja: Válassza ki a dátumot

---

[1] Lásd a műszaki szabályokkal és az információs társadalom szolgáltatásaira vonatkozó szabályokkal kapcsolatos információszolgáltatási eljárás megállapításáról szóló, 2015. szeptember 9-i (EU) 2015/1535 európai parlamenti és tanácsi irányelvet.

online szerencsejáték: elektronikus kommunikációs eszközökkel biztosított szerencsejátékok, amelyeket egy vagy több játékos és a játékot biztosító fél játszik;

bónusz: árengedmény vagy hasonló pénzügyi ösztönző, amely közvetlenül kapcsolódik a szerencsejátékhoz;

reklámozás: az üzleti tevékenységek keretében végzett hirdetés és egyéb intézkedések, amelyek célja, hogy elősegítsék a termékek értékesítését és a termékekhez való hozzáférést, ideértve a kereskedői tevékenységeket, mulasztásokat, illetve egyéb intézkedéseket vagy magatartásokat a termékek fogyasztóknak vagy kereskedőknek történő értékesítése vagy szállítása előtt, közben vagy után;

kereskedelmi kommunikáció: ezen iránymutatás alkalmazásában a kereskedelmi kommunikáció bármely olyan formája, amelynek célja az engedélyes által biztosított szerencsejátékok közvetlen vagy közvetett népszerűsítése.

2. szakasz A visszafogott reklám követelménye

2.1 A szerencsejátékok reklámjának visszafogottnak kell lennie

A szerencsejáték-törvény 15. fejezetének 1. §-a értelmében a szerencsejátékok fogyasztóknak történő reklámozása során visszafogottságra kell törekedni.

Általános iránymutatás
Annak megállapítása érdekében, hogy a reklám összeegyeztethető-e a visszafogottság követelményével, átfogó értékelést kell végezni.

A visszafogottság követelménye az 1.2. szakasz hatálya alá tartozó szerencsejátékok minden reklámjára vonatkozik, és kiterjed magára a megjelenítésre, a reklám tartalmára, valamint a reklám kiválasztott médiumon való megjelenésének módjára.

A szerencsejátékok olyan helyeken történő reklámozása, ahol a fogyasztók általában nem számítanak ilyen reklámra, vagy ahol ilyen reklámozásra nem kerülhet sor, önmagában nem tekinthető visszafogottnak, lásd különösen a 2.3. és 2.4. szakaszt.

2.2 Reklámtervezés

2.2.1 Tolakodó és figyelemfelkeltésre különösen alkalmas reklám

Általános iránymutatás

A szerencsejátékok reklámja nem lehet tolakodó, és nem lehet a célja az, hogy különösen figyelemfelkeltő legyen. Nem engedélyezhető olyan reklám, amely formátumából adódóan különösen figyelemfelkeltő.

2.2.1.1 Különösen a nyerési

esélyek vonatkozásában Általános

iránymutatás
A szerencsejátékok reklámját nem lehet úgy megtervezni, hogy azt a benyomást keltse, hogy a nyerési esélyek nagyobbak, mint amekkorák valójában. Példák lehetnek az ilyen reklámra azok az állítások, amelyek azt a benyomást keltik a fogyasztóban, hogy könnyű nagy pénzösszegeket nyerni, vagy azt állítják, hogy gyorsan lehet nyerni.

A reklámot nem szabad úgy kialakítani vagy bemutatni, hogy azt a benyomást keltse, hogy a fogyasztó garantáltan nyer, vagy hogy elvileg lehetetlen, hogy ne nyerjen.

2.2.1.2 Különösen a technikai és grafikai formátum

vonatkozásában Általános iránymutatás
Azokat a technikai formátumokat, amelyeket a fogyasztó észszerűen nem tud elkerülni, úgy kell tekinteni, hogy
tolakodóak és nem felelnek meg a visszafogottság követelményének. Példák lehetnek az ilyen technikai formátumokra a felugró ablakok és hirdetések, amelyek átveszik a teljes képernyőt vagy egyébként tolakodónak tekinthetők.

A például pulzáló és/vagy villogó elemeket tartalmazó és különösen figyelemfelkeltő technikai formátumok tolakodónak tekinthetők, és nem egyeztethetők össze a visszafogottság követelményével.

2.2.1.3 Különösen a közismert személyeknek a szerencsejátékok

reklámozásában való részvétele vonatkozásában Általános iránymutatás
Ha közismert és sikeres egyéneket vesznek igénybe a szerencsejátékok reklámozásához, a reklámot nem szabad úgy kialakítani, hogy azt a benyomást keltse, hogy a szerencsejáték hozzájárult az adott személy sikeréhez vagy hírnevéhez.
A reklám azt a benyomást sem keltheti, hogy a szerencsejáték ilyen sikert vagy hírnevet hozhat más játékosok számára is.

2.2.2 Buzdító reklám

Általános iránymutatás
A szerencsejátékok reklámja nem tartalmazhat olyan buzdító üzeneteket, amelyek arra ösztönözhetik vagy oly módon befolyásolhatják a fogyasztót, hogy előre nem tervezett döntést hozzon a játék megkezdéséről.

Az a reklám, amely – tartalmától függetlenül – elhelyezésének, megjelenítésének vagy más egyedi formátumának következtében szerencsejátékra való buzdításnak tekinthető, nem tekinthető összeegyeztethetőnek
a visszafogottság követelményével.

2.2.2.1 Pontos és kiegyensúlyozott reklám

Általános iránymutatás
A szerencsejátékok reklámjának objektívnek és kiegyensúlyozottnak kell lennie a formátum és a tartalom tekintetében. A reklámot nem szabad úgy kialakítani, hogy a szerencsejáték kockázatmentesnek tűnjön.

A reklám nem tartalmazhat olyan állításokat, hogy nincs szükség tétre a játékhoz, ha a fogyasztó részéről ellenszolgáltatásra van szükség, például a fogyasztónak tétet kell fizetnie a szerencsejátékban való részvételhez.

A reklám nem keltheti azt a benyomást, hogy a szerencsejáték megoldást jelenthet a társadalmi vagy gazdasági problémákra. Példák lehetnek az ilyen reklámra azok a kijelentések, amelyek azt sugallják, hogy a szerencsejáték a foglalkoztatás, a jövedelem alternatívája lehet, vagy megoldást jelenthet olyan társadalmi problémákra, mint a magány vagy az unalom.

2.3 A kifejezetten gyermekekre és fiatalokra irányuló reklám tilalma

A szerencsejáték-törvény 15. fejezete 1. §-ának 2. pontja értelmében tilos a szerencsejátékok reklámjával kifejezetten 18 év alatti személyeket megcélozni.

Általános iránymutatás
A tilalomnak ki kell terjednie egyrészt a szándékosan vagy kifejezetten közvetlenül a gyermekekre és serdülőkre irányuló reklámra, másrészt arra a reklámra, amelyre formátumából adódóan valószínűleg különös figyelmet fordítanak a gyermekek és a serdülők, akiket befolyásolhat a reklám.

Annak megállapítása érdekében, hogy a reklám kifejezetten gyermekekre vagy fiatalokra irányul-e, átfogó értékelést kell végezni. Kerülni kell azokat a szimbólumokat és jelenségeket, amelyek észszerűen kapcsolatba hozhatók a gyermekekkel és a serdülőkkel, vagy különösen vonzóak lehetnek számukra. A hirdetési csatorna, a karakterek, a színek, a képek, az elrendezés és a zene megválasztása olyan tényezők lehetnek, amelyeket figyelembe lehet venni az értékelés során.

A reklámot nem szabad oly módon bemutatni, ami kihasználja a gyermekek és a fiatalok tapasztalatlanságát és ismerethiányát. A reklámot továbbá nem szabad oly módon bemutatni, hogy azt a benyomást keltse, hogy a szerencsejáték a felnőttkor bizonyítéka.

2.3.1 A gyermekeknek és fiataloknak szánt helyeken történő reklámozásra vonatkozó konkrét információk

Általános iránymutatás
Az elsősorban gyermekeknek és fiataloknak szánt digitális és fizikai helyeken tilos a szerencsejátékok reklámozása. A digitális helyek közé tartoznak például az online fórumok, a közösségimédia-fiókok és -csoportok, a podcastok és a televíziós műsorok.

Lásd még a 2.4. szakasz 2. pontját a kifejezetten gyermekeknek és fiataloknak szánt helyeken történő kültéri reklámozásról.

2.3.2 Gyermekeket és fiatalokat ábrázoló reklámok

Általános iránymutatás
A szerencsejátékok reklámozásával összefüggésben gyermekekről és fiatalokról készült képek csak akkor jelenhetnek meg, ha a képek célja annak a nonprofit célnak a leírása, amelyhez a tevékenység hozzájárul, és ha a reklám egyébként megfelel a visszafogottság követelményének.

2.3.3 Szponzorálás, valamint gyermekeknek és fiataloknak szánt termékek

A szerencsejáték-törvény 15. fejezetének 5. §-a kimondja, hogy szponzorálási megállapodások esetében
az engedélyesnek biztosítania kell, hogy logója és a szerencsejáték-termékek vagy szerencsejáték-szolgáltatások neve ne jelenjen meg a 18 év alatti személyek általi használatra szánt termékeken.

Általános iránymutatás
Az engedélyes logója, valamint a szerencsejáték-termékek vagy -szolgáltatások neve nem jelenhet meg kifejezetten gyermekeket és fiatalokat célzó kontextusokban és összejöveteleken.

2.4 Különösen a kültéri reklámok vonatkozásában

Általános iránymutatás
A szerencsejátékok kültéri reklámozása általában megengedett, feltéve, hogy megfelel a visszafogottság követelményének. Annak megállapítása érdekében, hogy a kültéri reklám összeegyeztethető-e a visszafogottság követelményével, átfogó értékelést kell végezni.

A szerencsejátékok kültéri reklámozására nem kerülhet sor kifejezetten gyermekeknek és serdülőknek szánt helyeken. Lásd még a kifejezetten gyermekekre és serdülőkre irányuló
reklám tilalmáról szóló 2.3. szakaszt.

3. szakasz Közvetlen reklám

3.1 A kizárt játékosoknak szóló közvetlen reklám tilalma

A szerencsejáték-törvény 15. fejezetének 2. §-a értelmében a reklám nem irányulhat közvetlenül olyan fogyasztókra, akik a szerencsejátékból való önkizárás mellett döntöttek. Ha a fogyasztó megszüntette az engedélyesnél lévő szerencsejáték-fiókját, az engedélyes csak akkor reklámozhat közvetlenül a fogyasztónak, ha azt a fogyasztó
a megszüntetéssel kapcsolatban aktívan jóváhagyta.

Általános iránymutatás

A tilalomnak a közvetlen reklám valamennyi típusára ki kell terjednie, és azt attól függetlenül kell alkalmazni, hogy a fogyasztó kizárta-e magát a szerencsejátékból az önkizárásra vonatkozó nyilvántartásban vagy közvetlenül az engedélyesnél.

4. szakasz Tájékoztatási kötelezettség

A szerencsejáték-törvény 15. fejezetének 3. §-a értelmében a szerencsejátékokkal kapcsolatos kereskedelmi kommunikációnak egyértelmű információkat kell tartalmaznia a játékra vonatkozó alsó korhatárról.

Azokon a helyszíneken, ahol szerencsejátékra kerül sor, valamint a szerencsejátékkal kapcsolatos kereskedelmi kommunikációval összefüggésben – a rádión keresztüli kommunikáció kivételével – az engedélyes gondoskodik egy olyan szervezet elérhetőségének megadásáról, amely tájékoztatást és támogatást nyújt a szerencsejáték-szenvedéllyel kapcsolatban.

4.1 Az egyértelmű tájékoztatás követelménye

Általános iránymutatás

A szerencsejátékokkal kapcsolatos kereskedelmi kommunikációval összefüggésben az engedélyes biztosítja, hogy a játék korhatárára vonatkozó információkat és a támogató szervezet elérhetőségét egyértelműen
megjelenítsék a fogyasztó számára.

A kereskedelmi kommunikációban egyértelműen fel kell tüntetni a korhatárra vonatkozó információkat és a támogató szervezet elérhetőségét. Az információkat nem szabad úgy elhelyezni, hogy azok háttérbe szoruljanak, nem készülhetnek nehezen olvasható vagy kis méretű szöveggel, illetve nem jeleníthetők meg más olyan módon, ami megnehezíti a fogyasztó számára az információkhoz való hozzáférést.

4.1.1 Különösen a támogató szervezet elérhetőségei vonatkozásában

Általános iránymutatás

A tájékoztatási követelménynek való megfelelés érdekében nem tekinthető elegendőnek csupán a támogató szervezet nevének feltüntetése. További elérhetőségi adatokat, például internetcímet, e-mail-címet vagy telefonszámot is meg kell adni.

5. szakasz Bónuszajánlatok

A bónuszajánlatok reklámozására az e szakaszban foglalt konkrét iránymutatáson túlmenően a 2., 3. és 4. szakaszt is alkalmazni kell.

A bónusz fogalmát – amely a szerencsejáték-törvényben szereplő fogalommeghatározást követi – az 1.3. szakasz határozza meg.

Általános iránymutatás

Annak megállapítása érdekében, hogy egy ajánlat a szerencsejáték-törvény szerinti bónuszajánlatnak minősül-e, átfogó értékelést kell végezni. Egy ajánlat akkor is bónuszajánlatnak tekinthető, ha a reklámban nem szerepel kifejezetten a „bónusz” kifejezés.

5.1 A bónuszajánlatokra vonatkozó feltételek

A szerencsejáték-rendelet (2018:1475) 11. fejezetének 6. §-a szerint az engedélyesnek bónusz felajánlása esetén az ajánlat megtételekor és az ajánlat játékos általi igénybevételekor világosan és érthetően tájékoztatnia kell a játékost az ajánlatra vonatkozó feltételekről.

5.1.1 A bónuszajánlatokra vonatkozó feltételek elhelyezése és bemutatása

Általános iránymutatás
A bónuszajánlat reklámozásakor az engedélyesnek lehetőséget kell biztosítania a fogyasztónak arra, hogy egyértelműen megismerje az ajánlat feltételeit. Ha a bónuszajánlatot az interneten reklámozzák, az ajánlat összes feltételét úgy kell megjeleníteni, hogy a reklámból legfeljebb egy kattintással elérhető legyen.

A bónuszajánlat feltételeit világosan és egyértelműen kell bemutatni, és el kell különíteni az engedélyes egyéb feltételeitől. Az engedélyes honlapjára való hivatkozás nem tekinthető elegendőnek.

5.1.2 A bónuszajánlatok igénybevétele előtt

Általános iránymutatás
Az 5.1.1. pontban foglaltakon túlmenően, az ajánlat fogyasztó általi igénybevétele előtt az engedélyesnek egyértelműen be kell mutatnia az ajánlat feltételeit.

A bónuszajánlatot nem szabad úgy kialakítani, hogy a fogyasztót arra késztesse, hogy a feltételek elolvasása nélkül fogadja el az ajánlatot. Nem lehetnek például olyan szembetűnő jellemzők, amelyek lehetővé teszik a fogyasztó számára, hogy közvetlenül elfogadja az ajánlatot.

5.2 A bónuszajánlatokra vonatkozó különösen fontos feltételek

Általános iránymutatás
A forgalmazási követelményekkel, a tétekre vonatkozó követelményekkel és a határidőkkel kapcsolatos feltételeket a fogyasztó számára különösen fontosnak kell tekinteni. A fogyasztó számára különösen fontosnak kell tekinteni azt a feltételt is, hogy adott esetben csak új játékosok kaphatnak ajánlatot.

5.2.1 A bónuszajánlatokra vonatkozó különösen fontos feltételek elhelyezése és bemutatása

Általános iránymutatás
A különösen fontos feltételeket egyértelműen be kell mutatni a bevezető hirdetésben, ahol a bónuszajánlatot reklámozzák. A feltételek nem

helyezhetők el vagy jeleníthetők meg olyan módon, ami megnehezíti a fogyasztó számára azok megtekintését, például rejtett füleken.

6. szakasz Különösen a regisztráció vonatkozásában

A szerencsejáték-törvény 12. fejezetének 1. §-a értelmében az engedélyesnek regisztrálnia minden olyan személyt, aki részt kíván venni a szerencsejátékban. Ugyanezen törvény 13. fejezetének 1. §-a értelmében az online szerencsejátékra vonatkozó engedéllyel rendelkező engedélyesnek minden regisztrált játékos számára szerencsejáték-fiókot kell nyitnia.

6.1 A regisztrációs folyamattal kapcsolatos reklám

Általános iránymutatás
Nem tekinthető összeegyeztethetőnek a visszafogottság követelményével az a reklám, amely olyan üzeneteket tartalmaz, amelyek a fogyasztó által törölt regisztráció folytatására ösztönöznek vagy késztetnek.

6.2 A regisztráció szükségtelenségére vonatkozó állítások

Általános iránymutatás
A regisztrációs kötelezettség hatálya alá tartozó engedélyesek nem használhatnak olyan állításokat reklámjukban, amelyek azt a benyomást kelthetik a fogyasztóban, hogy a játékhoz nincs szükség regisztrációra vagy játékosfiókra.

Ezen általános iránymutatás hatálybalépésének időpontja: Kérjük, válassza ki a dátumot itt.

CECILIA TISELL