

Lotteritilsynet
Postboks 800
6805 Førde

Sendes kun per e-post: postmottak@lottstift.no

Att: Liv Røthe

Vår ref.
[Klikk her for å skrive inn tekst.](#)

Deres ref.
19/02408

Dato
15. august 2019

Revisjon av markedsføring og distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler

Det vises til tilsynsrapport 1-2019 om revisjon av markedsføring og distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler.

Markedsføringen til Norsk Tipping er et sentralt virkemiddel for å nå statens kanaliseringsmål på pengespillmarkedet. Norsk Tipping jobber målrettet for å sikre at markedsføringens volum og innhold er innenfor det som er nødvendig for å nå kanaliseringmålene, sett i lys av hensynet til å forebygge negative konsekvenser av pengespill. Norsk Tipping er derfor tilfreds med at en så omfattende revisjon har avdekket at selskapet har en tilfredsstillende styring og kontroll på sine markedsaktiviteter, samt at markedsføringen per i dag anses å være på et hensiktsmessig nivå.

Selskapet har et løpende og selvstendig fokus på hvordan selskapet skal spille en sentral og aktiv rolle i statens mål om å holde risikoen for problematisk spilladferd lav og akseptabel. Dette bidrar etter selskapets oppfatning til å sikre oppfyllelse av de politiske ambisjonene om at det skal være høyt beskyttelsesnivå på norske borgere innenfor pengespillområdet. Norsk Tipping søker kontinuerlig å gjøre en helhetlig risikovurdering og forberedende tiltak for å finne ut hvilke fremtidige tiltak som gir best resultat for å nå disse overordnede målsetningene. Revisjonene fra Lotteritilsynet bidrar positivt til å forstå det totale risikobildet innenfor markedsføring. Norsk Tipping bruker også revisjonene til å styrke kontinuerlige interne læringsprosesser.

Norsk Tipping tar det registrerte avviket og merknadene til etterretning og oppfølgingsplanen for disse blir kommentert nedenfor.

Avvik

Avvik	Oppfølgingsplan	Ansvarlig	Frist	Status
«Norsk Tippings markedsføring av kasinospillene ansees å være i strid med retningslinjene for markedsføring pkt. 1.2 og pkt. 2.7. Markedsføringen skal gjennomføres på en samfunnsmessig forsvarlig måte med sikte på å begrense uheldig spilladferd og overdrevet spill. Markedsføringens innhold må heller ikke gi inntrykk av at deltakelse i spill fremmer spillerens sosiale aksept.»	Avvik om fremstilling av vinnere i KongKasino kategorien er lukket ved at Norsk Tipping har besluttet å fjerne all markedskommunikasjon knyttet til KongKasino og Bingoria.	Thorbjørn Unneberg	Juli 2019	Lukket

Merknader

1) Lotteritilsynet anbefaler at vinnerhistorier balanserer vannersannsynligheten på en bedre måte

Norsk Tipping vil innføre produktinformasjonsbokser som et fast element knyttet til vinnerhistorier selskapet selv produserer. Disse informasjonsboksene er ment å tilrettelegge for fast informasjon om spillet, og vil eksempelvis inneholde forklaring av vannersannsynlighet, antall spillere, trekningsmekanismer, som er utover de standarder om vannersannsynlighet som allerede foreligger. Innsikt og analyse vil benyttes for å finne ut hvorledes kunden oppfatter innholdet i disse faktaboksene, slik at selskapet stadig kan utvikle et optimalt innhold i forbindelse med saker om vinnere. Informasjonsboksene vil bli implementert i løpet av høsten 2019. Norsk Tipping vil også se på andre mulige tiltak for å balansere vannersannsynlighet opp mot markedsføring av premier i markedsføringen.

Norsk Tipping vil videre øke fokus på spillansvarlighet i øvrig kommunikasjon. I sum vil dette også være med å forbedre framstillingen av vannersannsynlighet i selskapets markedskommunikasjon

2) Lotteritilsynet anbefaler en tydeliggjøring av forskjellene mellom e-Flax og papirbasert Flax i markedskommunikasjonen

Norsk Tipping vil arbeide frem en standardisering av kommunikasjon som sikrer at forskjellene mellom e-Flax og papirbasert Flax tydeliggjøres for forbrukeren.

3) Lotteritilsynet anbefaler at premienivået i gratiskonkurranser reduseres og at konkurransene ikke utformes med tydelig pengespill-lignende egenskaper.

Norsk Tipping gjør fortløpende vurdering av premienivået i gratiskonkurranser. Markedet har i stor grad blitt «gamefisert» ved at stadig flere aktører benytter pengepremier i gratiskonkurranser for å skape oppmerksomhet. Flere av disse er på nivå med, og over, Norsk Tippings premienivå i gratiskonkurranser. Norsk Tipping vil fremover fortsette å ha en bevisst og analytisk tilnærming til premienivået i gratiskonkurranser.

Når det gjelder utformingen av gratiskonkurransene vil disse nødvendigvis måtte ha en viss form for pengespill-lignende egenskaper; ettersom konkurranser vil måtte innebære registrering av deltager, trekning og bekjentgjøring av vinnere.

4) Lotteritilsynet anbefaler et standardisert krav til merking av «Spillevelt» hos e-kommisjonærer

Norsk Tipping skal gå i dialog med e-kommisjonærene for å kartlegge mulighet for standardisert merking av «Spillevelt», hvor det også tas hensyn til de ulike e-kommisjonærenes teknologiske løsninger.

Uavhengig av dette skal e-kommisjonærene merke «Spillevelt» tydelig på sine spillsider, slik det allerede foreligger i avtaleverket.

Arbeidet med dette er iverksatt og mulige løsninger vil bli implementert fortløpende.

5) Lotteritilsynet anbefaler at spilleregler lenkes inn i hovedmenyknappen på nt.no både på web og mobil

Norsk Tipping jobber fortløpende med standardisering av brukeropplevelser på tvers av web og mobil. Spilleregler skal være synlig i selskapets digitale løsninger. Norsk Tipping tar til etterretning at Lotteritilsynet ønsker en standardisert plassering, og vil jobbe med løsning på dette så snart det lar seg gjennomføre.

Dersom det er spørsmål til ovennevnte, bes det om at spesialrådgiver Stein Langberget kontaktes.

Vennlig hilsen

Norsk Tipping

Åsne Havnelid

Administrerende direktør