

Fra: "Langberget, Stein" <stein.langberget@norsk-tipping.no>
Sendt: 25. september 2023 08:40:19
Til: "Frank Hoff Hana" <frank.hoff.hana@lottstift.no>; "Liv Røthe" <Liv.Rothe@lottstift.no>
Emne: Oppfølging rapport markedsføring

Hei,

Det vises til gjennomført revisjon av Norsk Tippings innhold og utforming av markedsføring og anmodningen om en oppfølgingsplan for hvordan Norsk Tipping vil rette opp i avvik og merknader. Ved en feil av meg ble beklageligvis ikke tilbakemelding gitt fredag 22. september.

Revisjonen avdekket fem avvik:

1. *Norsk Tipping skal inneholde tydelig informasjon om aldersgrense og kontaktinformasjon til Hjelpelinjen jf. § 15 i pengespillforskriften. Revisjonen avdekket at Norsk Tipping ikke har oppfylt krav til tydelig merking og at annonser mangler merking helt.*

Hvordan:

- a. Ny rutine for bruk og publisering i sosiale medier er opprettet i kvalitetssystemet. Opplæring for publisering (Hootsuite) for ansatte som publiserer i sosiale medier. Arbeidsprosess forbedret for å sikre etterlevelse.
Ansvarlig: Yngvild Nygaard
Tidsplan: Lukket
- b. Utarbeide nytt e-læringskurs for opplæring i retningslinje for markedsføring, inklusiv forskrift. Vil være obligatorisk for alle som jobber med markedsføring/kommunikasjon i Norsk Tipping.
Ansvarlig: Kristin Røe
Tidsplan: 1. Januar 2024
- c. Norsk Tipping har igangsatt arbeid med standardisering av legaltekst for digitale partnere for å minske manuell håndtering og risiko for menneskelige feil.
Ansvarlig: Sarah Cervin
Tidsplan: 1. januar 2024
- d. Endring i rutine hvor legaltekst legges på bilder av designere i Norsk Tipping er gjennomført.
Ansvarlig: Kristin Røe
Tidsplan: Lukket

2. *Norsk Tipping skal oppgi vannersannsynligheten i et pengespill så langt det er praktisk mulig, og den skal være tydelig og korrekt jf. § 15. I to ulike annonser for Extra og Vikinglotto mangler informasjon om vannersannsynlighet der behovet for informasjon er forsterket da annonsen setter søkelys på antall vinnere i pengespillene.*

Hvordan:

- a. Ny rutine for bruk og publisering i sosiale medier er opprettet i kvalitetssystemet. Opplæring for publisering (Hootsuite) for ansatte som publiserer i sosiale medier. Arbeidsprosess forbedret for å sikre etterlevelse.

Ansvarlig: Yngvild Nygaard

Tidsplan: Lukket

- a. Utarbeide nytt e-læringskurs for opplæring i retningslinje for markedsføring, inklusiv forskrift. Vil være obligatorisk for alle som jobber med markedsføring/kommunikasjon i Norsk Tipping.

Ansvarlig: Kristin Røe

Tidsplan: 1. Januar 2024

3. *Norsk Tipping skal informere om vannersannsynlighet og informasjonen skal være tydelig og korrekt jf. § 15. I en annonse for Eurojackpot blir det oppgitt feil pott i forhold til hva som kom frem av Norsk Tippings hjemmeside samme dag.*

Hvordan: Pott-feed til digitale partnere er rettet opp i.

Ansvarlig: Sarah Cervin

Tidsplan: Lukket

4. *Norsk Tippings markedsføring skal ikke ha et innhold som gir inntrykk av at pengespill kan løse finansielle problemer jf. § 16b). En annonse på Instagram gir inntrykk av en Lotto premie har løst både et økonomisk- og sosialt problem.*

Hvordan: Utarbeide nytt e-læringskurs for opplæring i retningslinje for markedsføring, inklusiv forskrift. Vil være obligatorisk for alle som jobber med markedsføring/kommunikasjon i Norsk Tipping.

Ansvarlig: Kristin Røe

Tidsplan: 1. januar 2024

5. *Norsk Tippings markedsføring skal ikke banalisere pengespill ved å fremstille kjøpsituasjonen som en alminnelig del av forbrukernes hverdag. Annonser for Påske-Flax fremstiller kjøpsituasjonen som like naturlig som å kjøpe melk og brød.*

Hvordan: Utarbeide nytt e-læringskurs for opplæring i retningslinje for markedsføring, inklusiv forskrift. Vil være obligatorisk for alle som jobber med markedsføring/kommunikasjon i Norsk Tipping.

Ansvarlig: Kristin Røe_

Tidsplan: 1. januar 2024

Lotteritilsynet har en merknad:

Ifølge interne forretningsregler for e-kommisjonær, siste kulepunkt, skal alle kommersielle innganger merkes tydelig med den hensikt å forhindre villedende markedsføring. En annonse for Oddsen på Nettavisen mangler merking.

Hvordan: Nettavisen har standardisert og lansert ny merking av kommersielt innhold.

Ansvarlig: Sarah Cervin_

Tidsplan: Lukket

Stein Langberget

Spesialrådgiver til administrerende direktør

Selskapsutvikling, internasjonale relasjoner og myndighetsdialog

M: +47 414 04 246

T: +47 62 51 40 00



Denne e-posten kan inneholde fortrolig informasjon. Hvis du ikke er rettmessige mottaker bes du slette denne.
This email may be confidential. Please delete if not the addressee.

This email and any attached files are confidential and may be legally privileged. If you are not the intended recipient, any disclosure, reproduction, copying, distribution, or other dissemination or use of this communication is strictly prohibited. If you have received this transmission in error please notify the sender immediately and then delete this email. Email transmission cannot be guaranteed to be secure or error free as information could be intercepted, corrupted, lost, destroyed, arrive late or incomplete, or contain viruses. The sender therefore is in no way liable for any errors or omissions in the content of this message, which may arise as a result of email transmission. If verification is required, please request a hard copy.

