

# **Retningslinjer for markedsføring i regi av Norsk Tipping AS og Norsk Rikstoto**

*Fastsatt av Kulturdepartementet og Landbruksdepartementet 19. november 2014.*

## **1. Innledning**

1.1 Retningslinjene for markedsføring i regi av Norsk Tipping AS og Norsk Rikstoto gjelder for kommunikasjon eller aktivitet som fremmer spill eller operatørens varemerke. Informasjon, aktivitet eller bekjentgjørelse for å synliggjøre hva overskuddet fra spillvirksomheten går til, er ikke omfattet av retningslinjene.

1.2 Et hovedprinsipp i norsk pengespillpolitikk er å kanalisere pengespillaktiviteten i Norge inn mot sikre og forsvarlige spilltilbud som er underlagt offentlig kontroll. Formålet med retningslinjene er å sikre at markedsføring av pengespill blir gjennomført på en samfunnsmessig forsvarlig måte med sikte på å begrense uheldig spilleadfærd og overdrevet spill.

## **2. Markedsføringens innhold**

2.1 Markedsføring må ikke være villedende eller utilstrekkelig veiledende.

2.2 Vannersjansene må fremstilles på en korrekt og balansert måte, slik at markedsføringen ikke gir inntrykk av at vannersjansene er større enn de i realiteten er. Informasjon om vannersjansene skal være tilgjengelig på Internett og tilrettelagt for alle mobile plattformer.

2.3 Spilloperatørene må ikke rette markedsføringen mot personer under 18 år.

2.4 Spilloperatørene må ikke bruke personer under 18 år i markedsføringen.

2.5 Ved bruk av kjente personer i markedsføringen, må markedsføringen ikke antyde at deltakelse i spill har bidratt til deres suksess.

2.6 Markedsføringen må ikke oppfordre spillere til å dekke tap fra spill gjennom nye spill.

2.7 Markedsføringen må ikke ha et slikt innhold at det fremstår som at deltakelse i spill fremmer:

- en løsning på finansielle problemer,
- en næringsvei, eller
- spillerens sosiale aksept.

2.8 Markedsføringen må ikke være urimelig påtrengende eller aggressiv. Ved vurderingen av om reklamen er urimelig påtrengende eller aggressiv må en ta hensyn til form, innhold, bruk av lyd, bilder, animasjon eller andre levende bilder og sammenhengen for øvrig.

## **3. Andre begrensninger i markedsføringen av spill**

3.1 Markedsføringen av de statlige pengespillene må ikke finne sted i større grad enn hva som er nødvendig for å kanalisere folks spillelyst inn mot sikre og forsvarlige spilltilbud som er underlagt offentlig kontroll.

3.2 Spilloperatørene må ikke rette markedsføringshenvendelser til fysiske personer ved hjelp av direkteklame uten mottakerens forutgående samtykke. Kravet om forutgående samtykke gjelder ikke for driftsmeldinger til kunder som har inngått en kundeavtale.

3.3 Spilloperatørene må ikke rette markedsføringshenvendelser til personer som er ekskludert fra spill.

#### **4. Kontroll og tilsyn**

4.1 Med hjemmel i lov om pengespill m.v. (pengespilloven) av 28. august 1992 nr. 103 § 14 og forskrift om totalisatorspill av 24. august 2007 nr. 1011 § 5 har Lotteri- og stiftelsestilsynet tilsynsansvar med spillvirksomheten til Norsk Tipping og Norsk Rikstoto, og fører kontroll med markedsføringen til spilloperatørene.

#### **5. Forholdet til markedsføringsloven**

Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (markedsføringsloven, mfl.) gjelder i tillegg til disse retningslinjene. Det er Forbrukerombudet som fører tilsyn med loven.