

Konsumentverkets förslag till allmänna råd om marknadsföring av spel till konsumenter (dnr 2023/565)

1 Sammanfattning

Spelinspektionen välkomnar initiativet att ytterligare stärka konsumentskyddet genom att främja en enhetlig tillämpning av reglerna om marknadsföring av spel till konsumenter.

Spelinspektionen har sammanfattningsvis följande synpunkter på de föreslagna allmänna råden och den tillhörande beslutspromemorian.

Spelinspektionen anser att avsnittet om:

- tillämpningsområde bör ändras och att avsnittet om särskilda undantag från rådets tillämpningsområde i samband med detta bör tas bort.
- definitioner och begrepp bör ändras genom att bland annat hänvisa till definitioner i andra författningar.

Spelinspektionen anser att det allmänna rådet om:

- saklig, neutral och balanserad marknadsföring bör ändras.
- marknadsföring på platser avsedda för barn och unga bör ändras och att det allmänna rådet om utomhusreklam bör tas bort.
- lättillgängliga kontaktuppgifter till en stödorganisation för konsumenter på platser där spel bedrivs bör tas bort.
- utländska stödorganisationer bör tas bort.
- särskilt viktiga regler och villkor för bonuserbjudanden bör ändras.
- marknadsföring i samband med registrering av konto bör ändras.

2 Spelinspektionens synpunkter

Av inledningen till de allmänna råden framgår att beslutspromemorian hör till råden. Spelinspektionen lämnar därför även synpunkter på beslutspromemorian.

2.1 Inledande bestämmelser – avsnitt 1

2.1.1 Tillämpning och särskilda undantag från rådets tillämpningsområde – avsnitt 1.2 och 1.3

- Spelinspektionen anser att avsnittet om tillämpningsområde bör ändras och att avsnittet om särskilda undantag från rådets tillämpningsområde bör tas bort.

Avsnitt kan kortas ner och strykas med bibehållen effekt

Om spellagen inte är tillämplig på grund av omständigheter som anges i spellagens första kapitel, kommer inte heller marknadsföringsreglerna i spellagens femtonde kapitel att vara tillämpliga. Spelinspektionen anser därför att det inte finns någon anledning att beskriva spellagens tillämpningsområde i avsnitt 1.2 och 1.3. Inspektionen anser att det skulle vara tydligare att informera om tillämpningsområdet genom att behålla endast första stycket i avsnitt 1.2, stryka resten av avsnitt 1.2 och hela avsnitt 1.3.

2.1.2 Definitioner och begrepp – avsnitt 1.4

- Spelinspektionen anser att avsnittet om definitioner och begrepp bör ändras genom att bland annat hänvisa till definitioner i andra författningar.

Ändra definitionsavsnittet för ökad tydlighet och enhetlighet

Spelinspektionen anser att det allmänna rådet om definitioner och begrepp bör ändras genom att:

- hänvisa till spellagen rörande begrepp om spel,
- hänvisa till marknadsföringslagen (2008:486) rörande begrepp om marknadsföring och på så sätt inkludera fler begrepp än som nu definierats, samt

justera definitionen av kommersiella meddelanden.

Spelinspektionen anser att tydligheten i begrepps användningen skulle öka om de allmänna råden hänvisade till spellagens och marknadsföringslagens redan definierade begrepp. Om så sker kan begreppet "kommersiella meddelanden" vara det enda begrepp som behöver definieras särskilt.

Definitionen av kommersiella meddelanden bör ändras så det framgår att det gäller marknadsföring av varor eller tjänster tillhandahållna av en *licenshavare* och inte en *licensgivare*.¹

Om detta förslag om hänvisningar till definitioner i andra föreskrifter beaktas behöver bl.a. inte begreppet bonus definieras särskilt eftersom det definieras i spellagen.² Då kan beslutspromemorians kommentar om bonuserbjudande flyttas till avsnittet om bonus, vilket även gör vägledningen om bonus tydligare eftersom den blir mer samlad.

Förslag på ny utformning

Om inte annat anges har de uttryck och benämningar som används i de allmänna råden samma betydelse som i marknadsföringslagen (2008:486), spellagen (2018:1138) och i spelförordningen (2018:1475). I dessa allmänna råd avses med

kommersiellt meddelande: varje form av kommersiellt meddelande som syftar till att direkt eller indirekt marknadsföra varor eller tjänster tillhandahållna av en licenshavare.

¹ Avseende kommersiella meddelanden kan det även övervägas att i beslutspromemorian framhålla att lydelsen är hämtad från Artikel 2.3 g) i Europeiska kommissionens rekommendation av den 14 juli 2014 om principer för att skydda konsumenter och spelare i samband med onlinespeltjänster och för att förhindra att underåriga spelar onlinespel om pengar (2014/478/EU).

² 2 kap. 3 § 3 spellagen.

2.2 Måttfull marknadsföring avsnitt 2

2.2.1 Marknadsföringen ska vara saklig, neutral och balanserad – avsnitt 2.2.2.1

- Spelinspektionen anser att det allmänna rådet om att marknadsföring ska vara saklig, neutral och balanserad bör ändras.

Eftersom spel inte är riskfritt anser Spelinspektionen att lydelsen av sista meningen i första stycket bör ändras. Om så sker kan även beslutspromemorians förtydligande om saken strykas. Den nya lydelsen som föreslås är: *”Marknadsföringen bör inte utformas som att det är riskfritt att spela.”*

Av det allmänna rådets andra stycke framgår att marknadsföringen inte bör innehålla påståenden om att det är gratis att spela om det krävs en motprestation av konsumenten, exempelvis att konsumenten måste satsa pengar. Vid en diskussion om innebörden av ”gratis att spela” och ”satsa pengar” kan frågor om spellagens insatsbegrepp uppkomma.³ Därför anser Spelinspektionen att rådet bör ändras på så sätt att meningen *”konsumenten måste satsa pengar”* byts ut mot *”konsumenten måste betala en insats för deltagande i spelet”*

2.2.2 ”Förbud mot marknadsföring särskilt riktad till barn och unga, särskilt om marknadsföring på platser avsedda för barn och unga” avsnitt 2.3.1 och ”Särskilt om utomhusreklam” avsnitt 2.4

- Spelinspektionen anser att det allmänna rådet om marknadsföring på platser avsedda för barn och unga bör ändras och att det allmänna rådet om utomhusreklam bör tas bort.

³ Se Spelinspektionens rättsliga ställningstagande den 19 november 2020 – Vad avses med en insats enligt 3 kap. 4 § 1 spellagen?, *Spelinspektionen* Tillgänglig: <https://www.spelinspektionen.se/lagar--forordningar/rattsliga-stallningstaganden/stallningstaganden-lista/rattsligt-stallningstagande--vad-avses-med-en-insats-enligt-3-kap.-4--1-spellagen/> [Hämtad 2023-06-08].

Om rådet om marknadsföring på platser avsedda för barn och unga utvidgas kan rådet om utomhusreklam tas bort

Spelinspektionen anser att det allmänna rådet om utomhusreklam (avsnitt 2.4) kan tas bort eftersom informationen finns i de andra allmänna råden.

Inspektionen föreslår att avsnitt 2.3.1 utvidgas för att klargöra att utomhusreklam på platser avsedda för barn och unga inte är tillåten marknadsföring. På så vis kan avsnitt 2.4 tas bort, vilket skulle göra de allmänna råden tydligare.

Föreslagen ändring av avsnitt 2.3.1:

Marknadsföring av spel på platser och forum som riktar sig till barn och unga är inte tillåtet. Dessa platser kan exempelvis vara forum på internet, konton och grupper i sociala medier, podcasts, TV program eller på fysiska platser avsedda för barn och unga, till exempel lekplatser.

2.3 Informationsskyldighet avsnitt 4

2.3.1 Krav på tydlig information, särskilt om kontaktuppgifter till stödorganisation avsnitt 4.1.2

- Spelinspektionen anser att det allmänna rådet om lättillgängliga kontaktuppgifter till en stödorganisation för konsumenter på platser där spel bedrivs bör tas bort.

Kravet på att tillhandahålla tydliga kontaktuppgifter till en stödorganisation är redan specificerat i bindande föreskrifter

Spelinspektionen har utfärdat föreskrifter rörande det som framgår av råden angående kontaktuppgifter till stödorganisationen. Dessa bindande regler återfinns i flera av Spelinspektionens föreskrifter och gäller för alla former av spel, oavsett om spelet erbjuds online eller på en fysisk spelplats.⁴ Mot bakgrund av detta anser Spelinspektionen att det inte bör meddelas icke bindande allmänna råd om samma sak. Det bör i detta sammanhang framhållas

⁴ 8 kap. 1 § 5 LIFS 2018:4, 7 § 4 LIFS 2018:5, 8 § 4 LIFS 2018:6, 7 § 4 LIFS 2018:7, 2 kap. 1 § 4 LIFS 2018:9 och 5 kap. 1 § 5 SIFS 2019:1.

att inspektionen inte ställer några krav på kommersiella meddelanden i detta sammanhang, och att inspektionen inte heller har några synpunkter på denna del av de allmänna råden.

Av Spelinspektionens föreskrifter framgår krav på att viss information ska utöver vad som framgår av 14 kap. 4 § spellagen, hållas lättillgänglig för spelare där licenshavaren erbjuder spel. Bland annat ska kontaktuppgifter till en från spelverksamheten oberoende hjälplinje för spelproblem som kan erbjuda hjälp utifrån svenska förhållanden finnas. Av de allmänna råden till bestämmelserna framgår att en oberoende hjälplinje t.ex. kan vara Stödlinjen.

2.3.2 Krav på tydlig information, särskilt om kontaktuppgifter till stödorganisation, särskilt om stödorganisation avsnitt 4.1.2.1

- Spelinspektionen anser att det allmänna rådet om utländska stödorganisationer bör tas bort.

Utländska stödorganisationer har möjlighet att följa råden

Spelinspektionen anser att andra meningarna i det allmänna rådet kan tas bort. Möjligheten till att följa de allmänna råden om kostnadsfri hjälp till konsumenter utifrån svenska förhållanden avgörs inte av frågan i vilket land den oberoende stödorganisationen är etablerad i.⁵

⁵ Notera även risken att rådet om utländska stödorganisationer skulle kunna anses vara diskriminerande eftersom det inte gäller för inhemska leverantörer av samma tjänst.

2.4 Bonuserbjudanden avsnitt 5

2.4.1 Särskilt viktiga regler och villkor för bonuserbjudanden – avsnitt 5.1

- Spelinspektionen anser att det allmänna rådet om särskilt viktiga regler och villkor för bonuserbjudanden bör ändras.

Licenshavare som enbart tillhandahåller spel för allmännyttiga ändamål är undantagna från bonusbegränsningen

Licenshavare som enbart tillhandahåller spel för allmännyttiga ändamål är numera undantagna från begränsningen att en licenshavare endast får erbjuda eller lämna bonus vid det första tillfället då en spelare spelar på något av licenshavarens spel.⁶

I de allmänna råden anges att villkor om att endast nya spelare får ta del av bonuserbjudandet bör vara sådana villkor som får anses särskilt viktiga för konsumenten. Detta kan förtydligas i och med undantaget från bonusbegränsningen för allmännyttan.

Förslag ny lydelse:

Villkor om omsättningskrav, insatskrav, tidsgränser samt att endast nya spelare får ta del av bonuserbjudandet *i de fall detta gäller* bör vara sådana villkor som får anses särskilt viktiga för konsumenten.

Kommentarer i beslutspromemorian:

Kommentaren till det allmänna rådet i avsnitt 5.1 i beslutspromemorian kan tydliggöra vad som avses med "att endast nya spelare får ta del av bonuserbjudandet *i de fall detta gäller* bör vara sådana villkor som får anses särskilt viktiga för konsumenten." genom att redogöra för bonusundantaget för allmännyttan i 14 kap. 9 § andra stycket spellagen.

Mot bakgrund av de synpunkter Spelinspektionen har lämnat rörande definitionsavsnittet föreslås att de stycken som berör bonus i beslutspromemorian inledning (avsnitt 1) flyttas till bonusavsnittet (avsnitt 5).

⁶ 14 kap. 9 § andra stycket spellagen. Se skälen till regleringen i prop. 2021/22:242 s 92 ff.

Vidare kan Konsumentverket även överväga att hänvisa till praxis rörande bonus vid diskussion om helhetsbedömning av bonuserbudanden.⁷

2.5 Särskilt om registrering av spelkonto avsnitt 6

2.5.1 Marknadsföring i samband med registrering av konto – avsnitt 6.2

- Spelinspektionen anser att det allmänna rådet om marknadsföring i samband med registrering av konto bör ändras.

Utformningen av själva registreringsförfarandet bör inte tydliggöras i dessa allmänna råd

Spelinspektionen anser att rådet om att avbryta påbörjade registreringsförfaranden gäller utformningen av själva registreringsförfarandet och inte marknadsföringen i anslutning till registreringen. Med detta i åtanke anser inspektionen att rådet bör omformuleras så att det enbart avser marknadsföringen i samband med registreringsförfarandet och under vilka omständigheter den inte anses uppfylla kraven på måttfullhet. Rådets första mening bör därför strykas.

Den andra meningen kan mot bakgrund av dessa ändringar få en ny lydelse som betonar att det är viss marknadsföring när kunden avbryter sitt registreringsförfarande som avses.

Förslag på ny lydelse av det allmänna rådet i avsnitt 6.2:

Påtryckande och lockande budskap om att fortsätta en registrering som avbryts av kunden bör inte anses förenligt med måttfullhetskravet.

⁷ Se flertalet beslut om ingripanden rörande bonus på Spelinspektionens webbplats, *Spelinspektionen* Tillgänglig: <https://www.spelinspektionen.se/lagar--forordningar/beslut/beslut-aktorer/> [Hämtad 2023-06-08].

Detta beslut har fattats av avdelningschefen Patrik Gustavsson. Vid den slutliga handläggningen medverkade också chefsjuristen Johan Röhr, enhetscheferna Anna Folkegård och Robert Larsson samt utredande juristen Magnus Bergqvist, föredragande.



Patrik Gustavsson



Magnus Bergqvist