

Lotteri- og
stiftelsestilsynet

Tilsynsrapport

Revisjon av markedsføring og distribusjon av spill
gjennom elektroniske kanaler

Rapport nr. 4 – 2015

Norsk Tipping

Revisjon av markedsføring og distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler

Tilsynsrapport

Rapport nr:	4 - 2015
Saknr:	15/04712
Revisjonsdato:	22.-23. september 2015
Foretak:	Norsk Tipping
Revisjonsområde:	Markedsføring og distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler
Revisjonsteam:	Trude Iren Hessvik, Lotteritilsynet, revisjonsleder Steinar Mjøs, Lotteritilsynet, medrevisor Silje Sægrov Amble, Lotteritilsynet, medrevisor

Rapportens innhold:

Tilsynsrapport 4 - 2015 beskriver resultat etter revisjon av markedsføring og distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler hos Norsk Tipping.

Hovedkonklusjoner:

Lotteritilsynet har kartlagt hvilke system Norsk Tipping har etablert for å sikre at selskapets markedsføring og distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler foregår i henhold til myndighetskrav og selvpålagte krav. Revisjonen har videre kontrollert om etablerte system etterleves, både av Norsk Tipping og av selskapets e-kommisjonærer.

Norsk Tipping har gjennom sitt kvalitetssystem etablert interne og eksterne kontrollaktiviteter for å sikre at myndighetskravene for markedsføring og distribusjon av spill på elektroniske kanaler er ivaretatt.

Kontroll av selskapets betalte markedsmateriell avdekket at etablerte kontroller virker i henhold til hensikt. Revisjonen avdekket imidlertid at selskapet ikke har etablert tilstrekkelige kontroller for å sikre at de nye kravene til ikke-betalt markedskommunikasjon ivaretas i egne flater og på spillsider hos e-kommisjonærer.

Revisjonen avdekket fire avvik.

1. Fysisk Griseflax, serie 348, fremstiller ikke vinnerensjansen på en korrekt måte. Loddserien presenterer en vinnerensjans som større enn hva som er reelt.

2. En av selskapets e-kommisjonærer har i to tilfeller drevet markedsføring som er villedende eller utilstrekkelig veiledende.
3. En av selskapets e-kommisjonærer har i ett tilfelle benyttet personer under 18 år i markedsføringen.
4. Norsk Tipping har gjengitt en vinnerhistorie på egen Facebook-side som gir inntrykk av at deltagelse i spill fremmer en løsning på finansielle problemer.

Lotteritilsynet har to merknader.

1. Lotteritilsynet anbefaler at selskapet iverksetter tiltak for å sikre at informasjon om total vannersannsynlighet og spilleregler blir lettere tilgjengelig når spillere kjøper spill via selskapets spillekasperter.
2. Lotteritilsynet anbefaler at Norsk Tipping utøver forsiktighet ved gjengivelse av vinnerhistorier der det er risiko for at historiene kan oppfattes slik at deltagelse i spill fremmer en løsning på finansielle problemer.

Førde, 6. november 2015

Trude Iren Hessvik
Trude Iren Hessvik
revisjonsleder

Linda Vøllestad Westbye
Linda Vøllestad Westbye
avdelingsdirektør

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	5
2. Metode	5
3. Revisjonskriterier	7
3.1 Pengespilloven	7
3.2 Retningslinjer for markedsføring	7
3.3 Regler om distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler	7
3.4 Norsk Tipping sitt kvalitetssystem	8
4. Resultat	8
4.1 Etablerte kontrollaktiviteter for Norsk Tipping sin markedsføring	8
4.2 Retningslinjer for markedsføring og e-kommisjonærer	9
4.3 Selskapets oppfølging av e-kommisjonærer	10
4.4 Oppfølging av fjorårets revisjon av selskapets markedsføring	10
4.5 Avvik	11
4.5.1 Feilinformasjon om vinnerjanser	11
4.5.2 Villedende eller utilstrekkelig veiledende markedsføring	12
4.5.3 Løsning på finansielle problemer	13
4.5.4 Bruk av personer under 18 år i markedsføringen	13
4.6 Merknader	14
4.6.1 Kjøp av spill gjennom spillekasperter	14
4.6.2 Løsning på finansielle problemer	15
5. Avslutning	16
Vedlegg 1 – Kontroll av distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler	17
1.1 Kontroll av selskapets hjemmeside og mobilapplikasjon	17
1.2 Kontroll av selskapets e-kommisjonærer	18
1.2.1 Lettere tilgjengelighet til spillereglement	22
Vedlegg 2 – Kontroll av markedsføring	23
2.1 Kontroll av selskapets e-kommisjonærer	23
2.1.1 Lettere tilgjengelighet til informasjon om vinnerjanser	27
2.2 Kontroll av selskapets markedskommunikasjon i egne salgskanaler	28
2.3 Kontroll av betalt markedskommunikasjon	30
2.4 Avvik vinneransynlighet fysisk Griseflax	31
Vedlegg 3 – Gjennomføring av revisjon	32

1. Innledning

November 2014 vedtok Kulturdepartementet og Landbruks- og matdepartementet nye retningslinjer for markedsføring i regi av Norsk Tipping AS og Norsk Rikstoto. Et sentralt hensyn bak de nye retningslinjene er å styrke vernet av sårbare spillere. Dette har medført strengere krav til markedsføring av penge- og totalisatorspill.

Det overordna målet for revisjonen har vært å evaluere om Norsk Tipping etterlever myndighetskrav og selvpålagte krav til markedsføring og distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler.

Lotteritilsynet har i den forbindelse kartlagt hvilke system selskapet har etablert for markedsføring og distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler. Forståelse og praktisering av nye retningslinjer, samt oppfølging av selskapets elektroniske kommisjonærer (e-kommisjonærer, herunder mediepartnere og spillekasperter) har vært sentrale temaer under revisjonen. Videre har vi kartlagt om etablerte kontroller ivaretar myndighetskrav og selvpålagte krav, og om kontrollene etterleveres, både av Norsk Tipping og av e-kommisjonærene.

Revisjon av selskapets markedsføring i 2014 avdekket avvik på merking av vinnnersannsynlighet for progressive jackpoter, samt annonse på selskapets Facebook-side som markedsførte gratisspill for et multixspill. Videre anbefalte Lotteritilsynet at selskapet iverksatte tiltak for å sikre en enhetlig forståelse av hvordan retningslinjene skulle praktiseres, og sikre at markedsføringen ikke retter seg mot barn og unge. Etter revisjonen utarbeidet selskapet en oppfølgingsplan for håndtering av avvik og merknader. Gjennom revisjonen har vi også fulgt opp dette arbeidet og vurdert om iverksatte tiltak har gitt ønsket resultat.

2. Metode

Lotteritilsynet oversendte, den 2. februar 2015, *Lotteritilsynets årsplan for revisjoner i 2015* til Norsk Tipping. Varsel om revisjon av markedsføring og distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler ble sendt til selskapet den 8. juli 2015.

Stedlig tilsyn ble utført i samsvar med *Retningslinjer for tilsyn utført som revisjon i Lotteritilsynet*. Etter forespørsel fra Lotteritilsynet ble dokumentasjon samlet inn og systematisert av ansatte ved Norsk Tipping. Lotteritilsynet legger til grunn at mottatt dokumentasjon er sannferdig fremstilt.

Revisjonen av markedsføring og distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler har omfattet:

- Gjennomgang av selskapets policy, retningslinjer og e-kommisjonæravtale knyttet til distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler.

- Gjennomgang av selskapets policy, retningslinjer og rutiner knyttet til markedsføring.
- Kontroll av distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler (vedlegg 1) og markedsføring (vedlegg 2) i forkant av stedlig revisjon. Kontrollen har omfattet:
 - o Sporadiske kontroller av selskapets hjemmeside, mobilapplikasjon og e-kommisjonærer i perioden oktober 2014 – september 2015.
 - o Gjennomgang av selskapets kommunikasjon via hjemmeside, mobilapplikasjon og i sosiale medier. Kontrollen ble utført i august og september 2015.
 - o Gjennomgang av selskapets e-kommisjonærer og spillekasperter. Kontrollen ble utført i august og september 2015.
 - o Tips fra Lotteritilsynets tipstjeneste.
 - o Gjennomgang av nyhetsbrev fra Norsk Tipping og selskapets e-kommisjonærer.
- Stedlig tilsyn 22.-23. september 2015 (vedlegg 3)
 - o Intervju av ansatte hos Norsk Tipping for kartlegging av selskapets etablerte system for markedsføring og distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler.
 - o Kontroll av betalt markedsmateriell for perioden september 2014 – september 2015.

Tilsynsrapporten beskriver resultat fra gjennomført revisjon. Eventuelle avvik og merknader identifisert under revisjonen er spesifisert i rapporten.

- AVVIK er forhold som Lotteritilsynet mener ikke er i samsvar med revisjonskriteriene.
- MERKNAD er forhold som ikke er i strid med revisjonskriteriene, men der Lotteritilsynet finner grunn til å påpeke mulighet for forbedring.

Ved avvik fremlegges revisjonsbevis. Lotteritilsynet vil be om en oppfølgingsplan for hvordan og når Norsk Tipping vil utbedre påviste avvik, og hvilke korrigerende tiltak som vil bli gjennomført.

Ved merknader forventer Lotteritilsynet at de påpekte forholdene håndteres slik at de ikke senere utvikler seg til avvik. Ved merknad ber en om tilbakemelding på hvordan selskapet vil følge opp Lotteritilsynets anbefaling.

Kopi av tilsynsrapport sendes til Kulturdepartementet.

3. Revisjonskriterier

Revisjonskriteriene danner grunnlaget for vurderingene som følger i tilsynsrapporten.

3.1 Pengespilloven

Lov om pengespill av 28. august 1992 nr. 103.

Det følger av § 1, 2. ledd at «Loven skal sikre at pengespill foregår i betryggende former under offentlig kontroll, med sikte på å forebygge negative konsekvenser av pengespill...».

Under revisjonen har Lotteritilsynet vurdert om Norsk Tipping i sin markedsføring ivaretar hensynet til at pengespill skal foregå i betryggende former med sikte på å forebygge negative konsekvenser av pengespill.

3.2 Retningslinjer for markedsføring

Retningslinjer for markedsføring i regi av Norsk Tipping AS og Norsk Rikstoto, fastsatt av Kulturdepartementet og Landbruksdepartementet 19. november 2014.

Etter pengespilloven har Norsk Tipping enerett til å tilby pengespill i Norge. Selskapet er underlagt markedsføringsloven, tilsvarende som tilbydere av andre varer og tjenester. I tillegg er selskapet bundne av krav i retningslinjer for markedsføring i regi av Norsk Tipping AS og Norsk Rikstoto. Retningslinjene presiserer og utdypet føringene som fremgår av markedsføringsloven (2009), men inneholder også strengere regler av hensyn til å forebygge risiko for problematisk spilleadfærd.

Et overordnet krav til markedsføringen fra Norsk Tipping er at den ikke skal gå lenger enn det som er nødvendig for å kanalisere folks spillelyst fra det uregulerte pengespillmarkedet inn mot Norsk Tipping sine pengespill. Det følger av kanaliseringshensynet at Norsk Tipping må foreta vurderinger av hva som er et nødvendig omfang og innhold av markedsføringen. Sentrale hensyn ved fastleggningen av nødvendig nivå på markedsføringen er behovet for å forebygge spillavhengighet og hensynet til å møte konkurransen fra utenlandske uregulerte spilleoperatører.

Retningslinjer for markedsføring tolkes på bakgrunn av bestemmelsene i markedsføringsloven (Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. av 09.01.2009 nr. 2). Retningslinjene punkt 2.1 om villedende og utilstrekkelig markedsføring og punkt 2.8 om aggressiv markedsføring tolkes i samsvar med vurderingskriteriene i markedsføringsloven §§ 6-9 om villedende og aggressiv handelspraksis.

3.3 Regler om distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler

Regler for distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler, fastsatt av Kultur- og kirkedepartementet 21. desember 2005 med hjemmel i lov av 28. august 1992 nr 103 om pengespill m.v. § 11.

Det bemerkes at § 7 i regler for distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler henviser til at markedsføring av spill gjennom elektroniske kanaler skal skje i overensstemmelse med retningslinjer for markedsføring av statlig kontrollerte pengespill av 10. juni 2005. Ved tolkningen av § 7 i reglene for distribusjon har vi imidlertid under revisjonen lagt til grunn at det henvises til de nye retningslinjene av 19. november 2014.

3.4 Norsk Tipping sitt kvalitetssystem

Norsk Tippings etablerte kvalitetssystem gir føringer for hvordan aktiviteter skal planlegges, organiseres, utføres og evalueres.

I denne revisjonen har vi fokusert på føringene som fremkommer av

- Policy for kommunikasjon, kunde og marked med underliggende retningslinjer og rutiner
- Policy for distribusjon med underliggende retningslinjer

4. Resultat

4.1 Etablerte kontrollaktiviteter for Norsk Tipping sin markedsføring

Selskapet har gjennom sitt kvalitetssystem etablert retningslinjer og rutiner for selskapets markedskommunikasjon. Lotteritilsynet har gjennom revisjonen blitt forelagt bevis for at Norsk Tipping foretar kontinuerlige vurderinger av hva som er et nødvendig nivå på innhold og omfang av markedsføringen, sett i lys av hensynet til å forebygge negative konsekvenser av pengespill. Videre har vi fått forelagt bevis for at Norsk Tipping har spillansvarlighet som en integrert del av sin virksomhetsstyring, med månedlig statusrapportering på ansvarlighet. Selskapet har registrert spill på alle sine spillprodukter, med unntak av fysiske flaxlodd, som grunnlag for målinger og evalueringer av hva som er riktig nivå på markedsføringen. Selskapet benytter egne data (spilleadferdverktøyet Playscan) og egne kundeundersøkelser, statistikk fra Hjelpelinjen og nasjonale undersøkelser for målinger av ansvarlighet.

Lotteritilsynet ble videre forelagt dokumentasjon som viser at selskapet har klare interne retningslinjer for hva som er akseptert innhold i sin markedskommunikasjon. Selskapet går lengre enn hva som er påkrevd i retningslinjene for markedsføring ved at de har utarbeidet en «nei-takk liste» over virkemidler de ikke skal benytte i sin markedsføring. Virkemidlene som fremkommer i «nei-takk listen» er svært vanlige hos utenlandske spillselskaper i kampen om kundene. Eksempler på slike virkemidler er velkomstbonuser, free spins og autoplay. Norsk Tipping har bevisst valgt å unngå bruk av slike virkemidler av hensyn til vernet av sårbare spillere. Norsk Tipping har også valgt å presentere spilllets vinnere sannsynlighet i markedsmateriell hvor progressive jackpoter markedsføres, samt når de presenterer vinnerhistorier, selv om dette ikke er et uttrykkelig krav i retningslinjene.

Norsk Tipping har videre etablert kontroller for å sikre at personer som har ekskludert seg fra spill ikke mottar direkte markedsføring fra selskapet. Spillere som anses som risikospillere (gule spillere i Playscan) eller de som allerede har et spilleproblem (røde spillere i Playscan), ekskluderes automatisk fra å motta direkte markedsføring. Selskapet bekrefter at det gjennomføres kontinuerlige tester av internt kunderelasjonshåndteringssystem (CRM) for å sikre at ekskluderte spillere ikke mottar direkte markedsføring.

Felles for både markedsavdelingen og avdelingen for distribusjon er at ansvar og beslutningsmyndighet er definert i selskapets kvalitetssystem. Intervjuer med ansatte viser at ansvaret er tydelig kommunisert ut i organisasjonen. Begge avdelinger har etablerte rutiner for å sikre god informasjons- og kunnskapsdeling om både interne og eksterne forhold som berører den enkeltes arbeidshverdag.

Norsk Tipping gjennomfører halvårlige helsesjekker av selskapets kvalitetssystem for distribusjon av spill. Sjekken gjennomføres i samarbeid med sikkerhetsavdelingen, og korrigerende tiltak iverksettes dersom det avdekkes mangler i rutiner og i etablerte kontroller. Videre kom det frem under revisjonen at markedsavdelingen, i samarbeid med sikkerhetsavdelingen, arbeider med å etablere tilsvarende kontroller for sin avdeling.

Lotteritilsynets stikkprøvekontroll av selskapets betalte markedskommunikasjon avdekket ingen avvik fra retningslinjene. Dette indikerer at etablerte kontroller for selskapets betalte markedskommunikasjon er tilstrekkelige og hensiktsmessige (se vedlegg 2, punkt 2.3). Revisjonen avdekket imidlertid at selskapet har et forbedringspotensial knyttet til å etablere kontroller som ivaretar nye krav til ikke-betalt markedskommunikasjon i egne flater. Kontrollen avdekket avvik på ikke-betalt kommunikasjon på selskapets Facebook-side (se punktene 4.5.3 og vedlegg 2, punkt 2.2).

4.2 Retningslinjer for markedsføring og e-kommisjonærer

Retningslinjer for markedsføring for Norsk Tipping punkt 1.1 kommer til anvendelse på «kommunikasjon eller aktivitet som fremmer spill eller operatørens varemerke».

Norsk Tipping har inngått kommersielt samarbeid med en rekke mediehus og spillekspertene om at sistnevnte aktører kan drive virksomhet som e-kommisjonærer, med adgang til å markedsføre og selge spill fra Norsk Tipping. Samarbeidet er regulert gjennom en avtale om nettpartnerskap. Etter avtalens § 2, punkt 3 har avtalen til formål *å sikre at tilbud om og salg av spillprodukter blir gjennomført i sosialt og kommersielt forsvarlige rammer, innenfor norsk lovgivning, myndighetenes instruksjoner og innenfor Norsk Tippings standarder og spesifikasjoner.*

E-kommisjonærenes spillside fremmer omsetning av spill for Norsk Tipping. For å klargjøre for leserne at innholdet på spillsideene er kommersielt motivert, merker e-kommisjonærene innholdet som «kommersielt samarbeid med Norsk Tipping».

Lotteritilsynet legger til grunn at markedsføringen fra e-kommisjonærene er underlagt kravene som fremgår av retningslinjer for markedsføring. Dette innebærer at Norsk Tipping er ansvarlig for at innhold presentert på e-kommisjonærenes spillside er i samsvar med retningslinjer for markedsføring. Lotteritilsynets forståelse av retningslinjenes virkeområde ble bekreftet av Norsk Tipping under revisjonen.

4.3 Selskapets oppfølging av e-kommisjonærer

Norsk Tipping benytter en nettportal i kommunikasjonen med sine e-kommisjonærer. Nettportalen inneholder markedsmateriell som e-kommisjonærer kan laste opp og benytte i sin markedskommunikasjon med potensielle og eksisterende kunder. Nettportalens funksjonalitet sikrer at e-kommisjonærene må laste opp informasjon om spillevevt før de får tilgang til annet markedsmateriell. Manglende informasjon om råd og hjelp for spilleavhengighetsproblemer hos selskapets e-kommisjonærer har tidligere vært et gjentakende avvik eller merknad når Lotteritilsynet har foretatt sin årlige kontroll av reglementet for distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler. Årets kontroll av selskapets e-kommisjonærer avdekket imidlertid ingen avvik eller merknad knyttet til manglende informasjon om råd og hjelp for spilleavhengighetsproblemer.

Selskapet har fastsatte retningslinjer for etablering, opplæring og oppfølging av sine e-kommisjonærer. Opplæringen består blant annet av en presentasjon av partnerportalens funksjoner, og gjennomgang av selskapets tolkning av retningslinjene for markedsføring. E-kommisjonærer som produserer egne artikler til sine spillside oversender artiklene til Norsk Tipping for forhåndsgodkjenning før de publiseres. Selskapet uttrykte under revisjonen at det forelå et behov for å oppdatere bilag til e-kommisjonæravtalen som omhandler føringer for markedsføring, da spesielt knyttet til ikke-betalt markedskommunikasjon. Lotteritilsynet er positiv til dette tiltaket.

Avdeling for distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler gjennomfører daglige kontroller av e-kommisjonærenes spillside. Hvilke sider som blir kontrollert baseres på en risikovurdering hvor blant annet faktorer som e-kommisjonærens størrelse og historikk vektlegges. Selskapet sikrer imidlertid at alle e-kommisjonærene blir kontrollert i løpet av et visst intervall. Dersom det identifiseres avvik fra føringene i e-kommisjonæravtalen blir dette håndtert fortløpende.

Kontroll av e-kommisjonærenes spillside avdekket ingen avvik knyttet til betalt markedskommunikasjon. Revisjonen avdekket imidlertid at selskapet har et forbedringspotensial knyttet til å etablere kontroller som ivaretar nye krav til ikke-betalt markedskommunikasjon hos e-kommisjonærene. Kontrollen avdekket avvik fra retningslinjene i artikler presentert hos én e-kommisjonær (se punktene 4.5.2 og 4.5.4 og vedlegg 2, punkt 2.2).

4.4 Oppfølging av fjorårets revisjon av selskapets markedsføring

Markedsføringsrevisjon i 2014 avdekket at selskapet benyttet aggressiv markedsføring knyttet til lansering av nytt Multixspill. På bakgrunn av identifisert avvik har selskapet samlet alle ansatte med rettigheter til å publisere markedskommunikasjon i én enhet.

Det vil si at all utadrettet kommunikasjon nå skjer under samme direktør for å sikre en enhetlig kommunikasjon.

Lotteritilsynets kontroll av selskapets markedskommunikasjon i tilknytning til årets revisjon avdekket ingen avvik knyttet til aggressiv markedsføring.

Videre anbefalte Lotteritilsynet i 2014 revisjonen at selskapet tydeliggjorde i sitt kvalitetssystem hvordan retningslinjer for markedsføring skulle forstås og praktiseres. Gjennom årets revisjon fikk vi forelagt bevis for at markedsavdelingen har hatt en god intern prosess med å utarbeide et tolkningsdokument til retningslinjene, hvor alle på markedsavdelingen har bidratt. Tolkningsdokumentet er derfor godt forankret hos de ansatte og benyttes i det daglige når markedsmateriell skal utarbeides og publiseres.

4.5 Avvik

Lotteritilsynet har identifisert avvik knyttet til feilinformasjon om vinnersizanser, villedende eller utilstrekkelig veiledende markedsføring, bruk av personer under 18 år i markedsføringen, samt markedsføring som gir inntrykk av at deltagelse i spill kan fremme en løsning på finansielle problemer.

4.5.1 Feilinformasjon om vinnersizanser

Det følger av retningslinjer for markedsføring punkt 2.2 at *«Vinnersizansene må fremstilles på en korrekt og balansert måte, slik at markedsføringen ikke gir inntrykk av at vinnersizansene er større enn de i realiteten er».*

Gjennom sin tipstjeneste ble Lotteritilsynet gjort oppmerksom på at vinnersizanssynligheten som er oppgitt på det fysiske loddet Griseflax, serie 348, presenterer en vinnersizanssynlighet som er større enn hva som er reelt. På loddet er det opplyst at vinnersizanssynlighet for toppremie er 1:400 000, mens reell vinnersizanssynlighet for toppremie er 1:500 000 (se vedlegg 2, punkt 2.4). Da Lotteritilsynet kjøpte loddet hos en fysisk kommisjonær fikk vi ingen informasjon fra kommisjonæren om at loddet presenterte feil vinnersizanssynlighet.

Norsk Tipping erkjente under revisjonen at de hadde avdekket avvik på opplysning om vinnersizanse på loddserie 348, og bekreftet at nye loddserier for Griseflax inneholder korrekt informasjon om vinnersizanssynlighet.

Lotteritilsynet konstaterer at loddet ikke fremstiller vinnersizansene på en korrekt og balansert måte. Etter Lotteritilsynets vurdering kunne selskapet vært mer proaktive for å sikre at kunden fikk informasjon om feil vinnersizanssynlighet ved kjøp av loddet.

Lotteritilsynet vurderer den oppgitte vinnersizanssynligheten på loddet Griseflax, serie 348, som brudd på punkt 2.2 i retningslinjene.

4.5.2 Villedende eller utilstrekkelig veiledende markedsføring

Retningslinjer for markedsføring tolkes på bakgrunn av bestemmelsene i markedsføringsloven. Det følger av markedsføringsloven § 6, 3. ledd at «*Dersom en handelspraksis er rettet til en bestemt forbrukergruppe, eller dersom bare en klart identifiserbar gruppe av forbrukere er særlig sårbare på grunn av psykisk eller fysisk svakhet, [...] og den næringsdrivende burde ha forstått dette, vurderes praksisens urimelighet ut fra den aktuelle forbrukergruppens perspektiv*». Lotteritilsynet legger til grunn at personer med problematisk spilleadferd er en slik klart identifiserbar gruppe av forbrukere under bestemmelsen.

Det følger videre av markedsføringsloven § 6, 4. ledd at «*En handelspraksis er alltid urimelig dersom den er villedende etter § 7 eller 8...*». Hvorvidt markedsføring av pengespill er villedende etter retningslinjene for markedsføring, må følgelig vurderes ut fra perspektivet til sårbare spillere som kan ha problematisk spilladferd.

Det følger av retningslinjene punkt 2.1. at «*Markedsføring må ikke være villedende eller utilstrekkelig veiledende*». Bestemmelsen tolkes i samsvar med vurderingskriteriene i markedsføringsloven §§ 6-8 om villedende handelspraksis/markedsføring.

Etter markedsføringsloven § 7, 1. og 2. ledd er markedsføringen villedende, dersom den «*inneholder uriktige opplysninger og dermed er usannferdig eller på en annen måte er egnet til å villedde forbrukerne...*» og er «*egnet til å påvirke forbrukeren til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet*».

Lotteritilsynets kontroll av selskapets e-kommisjonærer og deres spillsider på Internett avdekket en artikkel med budskap om at deltagelse i lykkespillet Nabolaget gir store sjanser for gevinst (se vedlegg 2, punkt 2.1). Overskriften i artikkelen lyder: «*Dette lykkespillet betaler ut nesten hele omsetningen*». I teksten fremgår det at «*Nabolaget – et spill som gir nesten like mye som det tjener inn*», og at spillet hadde en tilbakebetalingsprosent på 85% forrige uke.

Overskriften «*Dette lykkespillet betaler ut nesten hele omsetningen*» gir leseren inntrykk av at det er svært høy tilbakebetaling for dette spillet. Inntrykket forsterkes i den påfølgende teksten der det fremheves at spillet Nabolaget er «*et spill som gir nesten like mye tilbake som det tjener inn*». Det vises videre til en tilbakebetalingsprosent på 85%. Lotteritilsynet bestrider ikke at informasjonen som presenteres i artikkel viser korrekte tall for spillet Nabolaget i uke 38, men bakgrunnen for at en oppnådde en slik tilbakebetalingsprosent skyldes spillets omsetning denne uken og spillets premiestruktur.

Inntrykket fra artikkelens overskrift og underliggende tekst er etter Lotteritilsynets vurdering egnet til å villedde eller gi utilstrekkelig veiledning til forbrukeren om at den høye tilbakebetalingsprosenten kun gjelder for siste trekning og at dette ikke nødvendigvis er normal tilbakebetaling fra dette spillet. Artikkelen kan gi spillerne inntrykk av at dette lykkespillet vil dele ut nesten hele omsetningen eller minst 85 % i alle fremtidige trekninger. Lotteritilsynet legger til grunn at artikkelen er egnet til å

påvirke forbrukeren til å gjennomføre spill som ikke ville blitt gjennomført, hvis informasjonen om gevinstmuligheter ikke var villedende eller utilstrekkelig veiledende.

Lotteritilsynets kontroll avdekket også et annet innlegg fra samme e-kommisjonær, som inneholder budskap om at deltagelse i pengespillet Eurojackpot gir særlige store vinnerejanser. Artikkelenes første setning lyder: «*Eurojackpot er en av de største lotteriene i Europa, kjent for sine gode vinnerejanser og store premier*».

Teksten i artikkelen om at Eurojackpot spillet er «*...kjent for sine gode vinnerejanser...*» gir et feilaktig inntrykk av at spillet gir relativt store vinnerejanser (se vedlegg 2, punkt 2.1). Lotteritilsynet bemerker at Eurojackpot er spillet i Norsk Tipping sin spillportefølje med lavest vinnerejans. Vinnere sannsynligheten for å oppnå rekordpotten som artikkelen henviste til er 1:95 millioner. Etter Lotteritilsynets vurdering er påstandene i teksten egnet til å villedde forbrukeren om mulighetene for å vinne i lykkespillet.

Lotteritilsynet vurderer innholdet i de omtalte innleggene som brudd på punkt 2.1 i retningslinjene.

4.5.3 Løsning på finansielle problemer

Det følger av retningslinjer for markedsføring punkt 2.7 at «*Markedsføringen må ikke ha et slikt innhold at det fremstår som at deltagelse i spill fremmer en løsning på finansielle problemer*».

Kontroll av Norsk Tipping sin Facebook-side avdekket at selskapet hadde lagt ut videoklipp med historier fra ansatte som har vært i kontakt med vinnere (se vedlegg 2, punkt 2.2). En av historiene, lagt ut den 24. august 2015, handler om en mann som skulle i banken dagen etter for å gi fra seg huset på grunn av gjeldsproblem, men på grunn av gevinsten fra Norsk Tipping så fikk han beholde huset. I klippet fremgår det også at Norsk Tipping sendte en telefax til banken for å bevise mannens finansielle situasjon.

Etter Lotteritilsynets vurdering er innlegg som gjengir telefonhistorier mellom ansatte og vinnere å anse som markedsføring av Norsk Tipping sitt varemerke. Vinnerhistorien, gjengitt på selskapets Facebook-side, handler om en person som ble kvitt sine gjeldsproblemer som følge av gevinst hos Norsk Tipping. Historien gir inntrykk av at deltagelse i spill hos Norsk Tipping kan fremme en løsning på finansielle problemer.

Lotteritilsynet anser markedsføringen i vinnerhistorien som brudd på punkt 2.7 i retningslinjene for markedsføring.

4.5.4 Bruk av personer under 18 år i markedsføringen

Etter retningslinjene for markedsføring punkt 2.4 må spilloperatørene «*ikke bruke personer under 18 år markedsføringen*».

Kontroll av selskapets e-kommisjonærer avdekket at nettprogrammet Tippemagasinet har innslag med personer under 18 år i episode 12 (se vedlegg 2, punkt 2.1). Tippemagasinet er et samarbeid mellom Nettavisen og Norsk Tipping og byr på nyheter, reportasjer, tippetips og gjester i studio. Motivasjonen bak Tippemagasinet er å bygge opp under fotballinteressen, men også å selge spill. Magasinet er presentert på Nettavisen sin spillside, som er merket med «kommersielt samarbeid med Norsk Tipping». Dette medfører at alt innhold i Tippemagasinet må være i samsvar med retningslinjene for markedsføring.

Lotteritilsynet vurderer at innslaget med personene under 18 år er brudd på punkt 2.4 i retningslinjene.

4.6 Merknader

Lotteritilsynet har gjennom revisjonen identifisert to forbedringsområder for selskapet.

4.6.1 Kjøp av spill gjennom spillekasperter

Etter retningslinjene for markedsføring punkt 2.2 skal «*Vinnersjansene fremstilles på en korrekt og balansert måte...*» og «*Informasjon om vinnersjansene skal være tilgjengelig på Internett...*». Videre følger det av regler for distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler § 4, 1. ledd at «*Spilleregler skal være tilgjengelig for spilleren i elektronisk form ved deltagelse i spill gjennom elektroniske kanaler*».

Selskapets spillekasperter tilbyr spill hvor en spiller kan velge en spillkombinasjon og deretter en rekkemeny. I rekkemenyen kan spilleren eksempelvis velge «7 rette garanti» om en spiller på Lotto, «12 rette garanti» om en spiller Tipping etc. Forutsetning for garantien er at valgte stamme slår til, det vil si at spilleren har alle tall i tallkombinasjonen (Lotto)/markeringene (Tipping) riktige. Informasjonen som presenteres sier altså noe om vinnersjanser under gitte forutsetninger, men ikke noe om de totale vinnersjanser for antall kombinasjoner i det valgte spillet (se vedlegg 2, punkt 2.1).

Før kjøp av et spill kan gjennomføres blir spilleren lovet til Norsk Tipping sin hjemmeside for å fullføre kjøpet. Informasjon om vinnersjanser for de ulike spillene er tilgjengelig på selskapets hjemmeside, både på egen side om vinnersannsynlighet og der kjøp av de enkelte spill kan gjennomføres.

Ved kjøp fra en spillekasperter er det imidlertid kun skjermbildet - «bekreft betaling» - for det valgte spillet som er aktivt. Tilgang til informasjon om totale vinnersjanser får spilleren kun ved å avbryte det valgte spillet. Hjemmesiden til Norsk Tipping blir først da aktiv og spilleren kan navigere seg frem til ønsket informasjon. Det valgte spillet hos spillekasperteren fremstår som annullert etter at spilleren har valgt å avbryte. Ved å velge tilbakeknapp i nettleseren får imidlertid spilleren igjen opp meldingen om å bekrefte kjøp av valgte spill. Det avbrutte spillet er med andre ord fortsatt aktivt.

Som det fremgår av § 4, 1. ledd skal spillereglene være tilgjengelig «*ved deltagelse i spill*». Lotteritilsynet tolker bestemmelsen slik at spillereglene må være tilgjengelig for spilleren i løpet av en kjøpsprosess ved spill på elektroniske kanaler.

Ved kjøp av spill hos en spillekspert er spillereglene ikke direkte tilgjengelige for spilleren (se vedlegg 1, punkt 1.2). Spilleren blir riktignok loset til hjemmesiden til Norsk Tipping for å bekrefte kjøp av spillet, men hjemmesiden til Norsk Tipping, herunder spillereglene, først blir aktive når spilleren velger å avbryte kjøpsprosessen for valgte spill. Til tross for at spilleren vil kunne oppfatte spillet som annullert når det avbrytes, er det mulig å benytte tilbakeknappen i nettleseren for å komme tilbake til det valgte spillet.

Etter Lotteritilsynets vurdering oppfyller Norsk Tipping kravene til informasjon om vinnerejanser og tilgang til spillereglene på Internett ved kjøp hos spillekspert. Vi mener likevel fremgangsmåten for å få tilgang til både denne informasjonen, samt å gjennomføre kjøpet, er tungvint og lite intuitiv for spilleren.

Lotteritilsynet mener det foreligger et forbedringspotensial knyttet til å gjøre informasjon om total vinnerejanssynlighet og tilgang til spillereglene lettere tilgjengelig for spillere som benytter seg av spillekspert. En forenkling av fremgangsmåten for tilgang til informasjon om vinnerejanser hos spillekspert synes for øvrig å være bedre i samsvar med selv pålagte krav i selskapets kvalitetssystem, hvor det fremgår at «*Informasjon om vinnerejanser, premiestruktur, spilleregler osv. skal være lett tilgjengelig*».

På denne bakgrunn anbefaler Lotteritilsynet at selskapet iverksetter tiltak for å sikre at informasjon om total vinnerejanssynlighet og spilleregler blir lettere tilgjengelig når spillere kjøper spill via selskapets spillekspert.

4.6.2 Løsning på finansielle problemer

Det følger av retningslinjer for markedsføring punkt 2.7 at «*Markedsføringen må ikke ha et slikt innhold at det fremstår som at deltagelse i spill fremmer: en løsning på finansielle problemer*».

Kontroll av Norsk Tipping sin markedskommunikasjon, både på egne flater og via selskapets e-kommisjonærer, avdekket at selskapet aktivt benytter vinnerhistorier i sin markedsføring.

Vinnerhistoriene promoterer Norsk Tipping sitt varemerke og spillportefølje. Historiene er således et kommersielt virkemiddel for selskapet. Lotteritilsynet bestrider ikke at historiene som presenteres ikke er sannferdige. Likevel er det viktig å være oppmerksom på at denne type historier vurderes som markedsføring i form av ikke-betalt markedskommunikasjon, og at de dermed er omfattet av retningslinjer for markedsføring.

Lotteritilsynet anbefaler at Norsk Tipping utøver forsiktighet ved gjengivelse av vinnerhistorier der det er risiko for at historiene kan oppfattes slik at deltagelse i spill fremmer en løsning på finansielle problemer.

5. Avslutning

Norsk Tipping har gjennom sitt kvalitetssystem etablert interne og eksterne kontrollaktiviteter for å sikre at myndighetskravene for markedsføring og distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler ivaretas.

Kontroll av selskapets betalte markedsmateriell avdekket at etablerte kontroller virker i henhold til hensikt. Revisjonen avdekket imidlertid at selskapet ikke har etablert tilstrekkelige kontroller for å sikre at de nye kravene til ikke-betalt markeds kommunikasjon ivaretas i egne flater og på spillsider hos e-kommisjonærer.

Revisjonen avdekket fire avvik, og identifiserte to forbedringsområder.

Lotteritilsynet ber om en oppfølgingsplan for korrigerende avvik. Oppfølgingsplanen skal som et minimum angi en tidsramme for retting av avvik, hvilke korrigerende tiltak som vil bli gjennomført og hvem i virksomheten som er ansvarlig. Vi ber videre om tilbakemelding på hvordan selskapet vil følge opp Lotteritilsynets merknader.

Frist for oversending av oppfølgingsplan til Lotteritilsynet er 4. desember 2015.

Vedlegg 1 – Kontroll av distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler

1.1 Kontroll av selskapets hjemmeside og mobilapplikasjon

Foretatt kontroll av selskapets hjemmeside og mobilapplikasjon for krav som fremgår av regler for distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler:

- § 3, 3. ledd (Verifisere at premie er utbetalt til den spiller som faktisk har oppnådd gevinst).
- § 4, 1. ledd (Spilleregler skal være tilgjengelig for spilleren i elektronisk form).
- § 4, 2. ledd (Spilleren skal motta elektronisk bekreftelse av betalt spill eller ha tilgang til informasjon om bestilt spill. Skal fremgå hvem som har spilt, beløp det er spilt for samt hvilke nummer eller resultat det er spilt på).
- § 6 (Spilleadferd).

Paragraf	Bestemmelse	Kommentar	Konklusjon
§ 3, 3 ledd	<i>Verifisere om premie er utbetalt til den spiller som faktisk har oppnådd gevinst.</i>	Registrert spill sikrer at mottaker av premie stemmer overens med den som har levert spillet.	Ingen avvik eller merknader
§ 4, 1 ledd	<i>Spilleregler skal være tilgjengelige for spilleren i elektronisk form ved deltagelse i spill gjennom elektroniske kanaler.</i>	Spillereglene er tilgjengelig på selskapets hjemmeside.	Ingen avvik eller merknader
§ 4, 2. ledd	<i>Spilleren skal motta elektronisk bekreftelse av bestilt spill, eller i et visst tidsrom etter bestilling ha elektronisk tilgang til informasjon om bestilt spill fra Norsk Tipping. Det skal av slik bekreftelse eller informasjon fremgå hvem som har spilt, beløpet det er spilt for samt hvilke nummer eller resultat det er spilt på.</i>	Spillerne har tilgang til bestilte spill via «min side» på både hjemmeside og mobilapplikasjon.	Ingen avvik eller merknader
§ 6, 1. ledd	<i>Distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler skal skje på en måte som ikke skaper større risiko for uheldig eller skadelig spilleadferd enn spill formidlet gjennom forhandlere.</i>	Informasjon om spillevevt er tilgjengelig på selskapets hjemmeside og mobilapplikasjon.	Ingen avvik eller merknader
§ 6, 2. ledd	<i>Det skal i forbindelse med distribusjon av spill også opplyses om muligheter for råd og hjelp for spillere med spillavhengighetsproblemer.</i>	Informasjon om spillevevt er tilgjengelig på selskapets hjemmeside og mobilapplikasjon.	Ingen avvik eller merknader
§ 6, 3. ledd	<i>For å begrense uheldige virkninger av uønsket eller uheldig spilleadferd hos spillere, skal det foreligge en begrensning i form av maksimalt beløp på spillerens kjøp av spill via elektroniske kanaler.</i>	Norsk Tipping har definert grenser for ulike spilltyper. https://www.norsk-tipping.no/spilleregler/spillegrenser	Ingen avvik eller merknader
§ 6, 4. ledd	<i>Begrensningen skal gjennomføres ved at Norsk Tipping i forhold til hvert enkelt spill vurderer i hvilken grad det kan fastsettes a) tak på innsats i en gitt periode b) begrensning i tilførsel av penger til konti spill kan betales fra,</i>	Norsk Tipping har definert grenser for ulike spilltyper. https://www.norsk-tipping.no/spilleregler/spillegrenser	Ingen avvik eller merknader

Paragraf	Bestemmelse	Kommentar	Konklusjon
	<i>forutsett at det ikke kan betales på annen måte enn via slike konto, eller på annen hensiktsmessig måte.</i>	Alle spillere må benytte Norsk Tipping sitt spillekort for kjøp av spill. https://www.norsk-tipping.no/kom-i-gang	
§ 6, 5. ledd	<i>Dersom det settes begrensninger relatert til de enkelte spill, jf. pkt. a, skal det ta hensyn til spilllets karakter ved fastsettelsen av begrensningen.</i>	Norsk Tipping har definert grenser for ulike spilltyper. https://www.norsk-tipping.no/spilleregler/spillegrenser	Ingen avvik eller merknader
§ 6, 6. ledd	<i>En begrensning som nevnt i pkt. b) skal omfatte alle betalingsløsninger som Norsk Tipping tilbyr for spill over elektroniske kanaler.</i>	Alle spillere må benytte Norsk Tipping sitt spillekort for kjøp av spill. https://www.norsk-tipping.no/kom-i-gang	Ingen avvik eller merknader

1.2 Kontroll av selskapets e-kommisjonærer

Foretatt kontroll av selskapets e-kommisjonærer for følgende krav som fremgår av regler for distribusjon av spill gjennom elektroniske kanaler:

- § 6, 2. ledd (Det skal opplyses om muligheter for råd og hjelp for spillere med spillavhengighetsproblemer ved distribusjon av spill).
- § 4, 1. ledd (Spilleregler skal være tilgjengelig for spilleren i elektronisk form).

E-kommisjonær	URL	Paragraf	Kommentar	Konklusjon
Nettavisen	http://www.nettavisen.no/sportspill/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Ved kjøp av spill blir en loset direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spillereglene er lett tilgjengelig på selskapets hjemmeside.	Ingen avvik eller merknad
Dagbladet	http://www.dagbladet.no/oddstips/ http://www.dagbladet.no/tippetips/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Ved kjøp av spill blir en loset direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spillereglene er lett tilgjengelig på selskapets hjemmeside.	Ingen avvik eller merknad
VG	http://www.vg.no/sport/tipping/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Ved kjøp av spill blir en loset direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spillereglene er lett tilgjengelig på selskapets hjemmeside.	Ingen avvik eller merknad
TV 2	http://www.tv2.no/sport/sport-og-spill	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Ved kjøp av spill blir en loset direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spillereglene er lett tilgjengelig på selskapets hjemmeside.	Ingen avvik eller merknad
SOL	http://www.sol.no/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Ved kjøp av spill blir en loset direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spillereglene er lett tilgjengelig på selskapets hjemmeside.	Ingen avvik eller merknad

E-kommisjonær	URL	Paragraf	Kommentar	Konklusjon
Startsiden	http://www.startside.no/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Ved kjøp av spill blir en loset direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spillereglene er lett tilgjengelig på selskapets hjemmeside.	Ingen avvik eller merknad
Finn	http://www.finn.no/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Ved kjøp av spill blir en loset direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spillereglene er lett tilgjengelig på selskapets hjemmeside.	Ingen avvik eller merknad
Manchester United Supporters Club	http://www.united.no/oddstips/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Ved kjøp av spill blir en loset direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spillereglene er lett tilgjengelig på selskapets hjemmeside.	Ingen avvik eller merknad
Aftenposten	http://www.aftenposten.no/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Ved kjøp av spill blir en loset direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spillereglene er lett tilgjengelig på selskapets hjemmeside.	Ingen avvik eller merknad
Aller Media (som eier Dagbladet)	http://www.aller.no/ http://www.dagbladet.no/	§ 6, 2. ledd	Annonsene fremkommer i Dagbladet. Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Ved kjøp av spill blir en loset direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spillereglene er lett tilgjengelig på selskapets hjemmeside.	Ingen avvik eller merknad
Amedia	http://www.amedia.no/	§ 6, 2. ledd	Amedia har over 60 aviser. Vi har kontrollert følgende aviser: Østledningen, BA og Nordlys (07.09.15). Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Ved kjøp av spill blir en loset direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spillereglene er lett tilgjengelig på selskapets hjemmeside.	Ingen avvik eller merknad
Turbotipp	http://www.turbotipp.no/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	<ul style="list-style-type: none"> Spillereglene er tilgjengelig på Norsk Tipping sin hjemmeside hvor selve kjøpet gjennomføres. Imidlertid er det kun kjøpsbekreftelsen som er aktivt bilde når en spiller blir loset fra spilleksperten sin side og over til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spilleren må avbryte kjøpsprosessen for å få tilgang til spillereglene. 	Merknad: Anbefaler å gjøre spillereglene lettere tilgjengelig for spillere som kjøper spill via selskapets spillekspertes

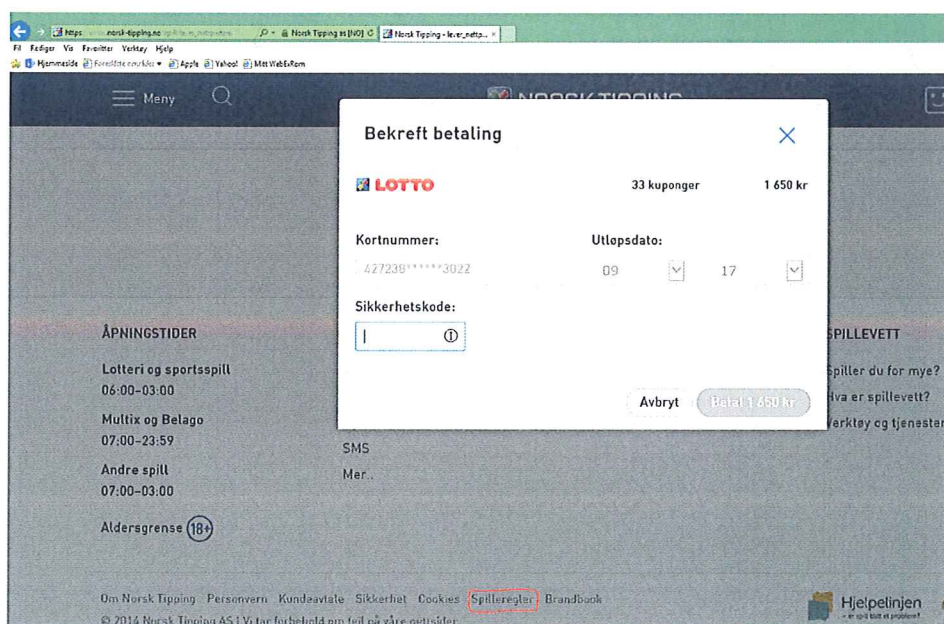
E-kommisjonær	URL	Paragraf	Kommentar	Konklusjon
			<ul style="list-style-type: none"> Spillet fremstår som annullert etter at spilleren har valgt å avbryte. Ved å velge tilbakeknapp i nettleseren får imidlertid spiller igjen opp meldingen om å bekrefte kjøp av valgte spill. Det avbrutte spillet er med andre ord fortsatt aktivt. Se kapittel 1.2.1. 	
Fotballtips/ SportXpert	http://www.fotballtips.no/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Utfylt kupong hos spillekspert overføres direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Har alle funksjonaliteter som om en hadde spilt direkte hos Norsk Tipping.	Ingen avvik eller merknad
Systemtipping	http://www.systemtipping.no/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	<ul style="list-style-type: none"> Spillereglene er tilgjengelig på Norsk Tipping sin hjemmeside hvor selve kjøpet gjennomføres. Imidlertid er det kun kjøpsbekreftelsen som er aktivt bilde når en spiller blir loset fra spilleksperten sin side og over til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spilleren må avbryte kjøpsprosessen for å få tilgang til spillereglene. Spillet fremstår som annullert etter at spilleren har valgt å avbryte. Ved å velge tilbakeknapp i nettleseren får imidlertid spiller igjen opp meldingen om å bekrefte kjøp av valgte spill. Det avbrutte spillet er med andre ord fortsatt aktivt. Se kapittel 1.2.1. 	Merknad: Anbefaler å gjøre spillereglene lettere tilgjengelig for spillere som kjøper spill via selskapets spillekspertes
Oddsomatic	http://www.oddsomatic.no/index.php?site=oddsomatic	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	<ul style="list-style-type: none"> Spillereglene er tilgjengelig på Norsk Tipping sin hjemmeside hvor selve kjøpet gjennomføres. Imidlertid er det kun kjøpsbekreftelsen som er aktivt bilde når en spiller blir loset fra spilleksperten sin side og over til Norsk Tipping sin hjemmeside. 	Merknad: Anbefaler å gjøre spillereglene lettere tilgjengelig for spillere som kjøper spill via selskapets spillekspertes

E-kommisjonær	URL	Paragraf	Kommentar	Konklusjon
			<ul style="list-style-type: none"> Spilleren må avbryte kjøpsprosessen for å få tilgang til spillereglene. Spillet fremstår som annullert etter at spilleren har valgt å avbryte. Ved å velge tilbakeknapp i nettleseren får imidlertid spiller igjen opp meldingen om å bekrefte kjøp av valgte spill. Det avbrutte spillet er med andre ord fortsatt aktivt. Se kapittel 1.2.1. 	
Opta-spesialisten	http://www.optaspesialisten.no/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	Når en velger spill blir en loset direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Har alle funksjonaliteter som om en hadde spilt direkte hos Norsk Tipping.	Ingen avvik eller merknad
Tippstudio	http://www.tippstudio.no/	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	<ul style="list-style-type: none"> Spillereglene er tilgjengelig på Norsk Tipping sin hjemmeside hvor selve kjøpet gjennomføres. Imidlertid er det kun kjøpsbekreftelsen som er aktivt bilde når en spiller blir loset fra spilleksperten sin side og over til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spilleren må avbryte kjøpsprosessen for å få tilgang til spillereglene. Spillet fremstår som annullert etter at spilleren har valgt å avbryte. Ved å velge tilbakeknapp i nettleseren får imidlertid spiller igjen opp meldingen om å bekrefte kjøp av valgte spill. Det avbrutte spillet er med andre ord fortsatt aktivt. Se kapittel 1.2.1. 	Merknad: Anbefaler å gjøre spillereglene lettere tilgjengelig for spillere som kjøper spill via selskapets spillekspertes
Radsoft	http://www.radsoft.no/default.aspx	§ 6, 2. ledd	Link til spillevevt.	Ingen avvik eller merknad
		§ 4, 1. ledd	<ul style="list-style-type: none"> Spillereglene er tilgjengelig på Norsk Tipping sin hjemmeside hvor selve kjøpet gjennomføres. Imidlertid er det kun kjøpsbekreftelsen som er aktivt bilde når en spiller blir loset fra spilleksperten sin side og 	Merknad: Anbefaler å gjøre spillereglene lettere tilgjengelig for spillere som kjøper spill via selskapets spillekspertes

E-kommisjonær	URL	Paragraf	Kommentar	Konklusjon
			<p>over til Norsk Tipping sin hjemmeside.</p> <ul style="list-style-type: none"> Spilleren må avbryte kjøpsprosessen for å få tilgang til spillreglene. Spillet fremstår som annullert etter at spilleren har valgt å avbryte. Ved å velge tilbakeknapp i nettleseren får imidlertid spiller igjen opp meldingen om å bekrefte kjøp av valgte spill. Det avbrutte spillet er med andre ord fortsatt aktivt. Se kapittel 1.2.1. 	
Ringside			Fysisk spillekspert. Ikke kontrollert.	

1.2.1 Lettere tilgjengelighet til spillreglement

Foreligger et forbedringspotensial til gjøre spillreglement lettere tilgjengelig for spillere som kjøper spill via spillekspert. Spillere har tilgang til informasjon om spilleregler nede i menylinjen på Norsk Tipping sin hjemmeside. Imidlertid må spilleren avbryte kjøpsprosessen for at hjemmesiden, og dermed link til spillreglement, skal bli aktiv.



Vedlegg 2 – Kontroll av markedsføring

Det er foretatt kontroll av selskapets e-kommisjonærer, hjemmeside og mobilapplikasjon for følgende krav som fremgår av retningslinjer for markedsføring i regi av Norsk Tipping AS og Norsk Rikstoto:

- Punkt 2.1 (ikke drive markedsføring som er villedende eller utilstrekkelig veiledende).
- Punkt 2.2 (informasjon om vannersannsynlighet).
- Punkt 2.3 (ikke rette markedsføring mot personer under 18 år).
- Punkt 2.4 (ikke benytte personer under 18 år i markedsføringen).
- Punkt 2.5 (ved bruk av kjente personer i markedsføring, ikke antyde at deltakelse i spill har bidratt til suksess).
- Punkt 2.6 (ikke oppfordre spillere til å dekke tap fra spill gjennom nye spill).
- Punkt 2.7) (ikke markedsføre at deltagelse i spill fremmer en løsning på finansielle problemer, en næringsvei, spillerens sosiale aksept).
- Punkt 2.8 (ikke drive markedsføring som er urimelig påtrengende eller aggressiv).

2.1 Kontroll av selskapets e-kommisjonærer

E-kommisjonær	URL	Kommentar	Konklusjon
Nettavisen	http://www.nettavisen.no/sportspill/	<p>Tippemagasinet episode 12 – Rekdals talentnevø inspirert av Ødegaard. http://www.nettavisen.no/sportspill/rekdals-talent-nev-inspirert-av-degaard/3422801436.html</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tippemagasinet er presentert på nettavisen sine spillsider som er merket med «kommersielt samarbeid med Norsk Tipping». • All kommunikasjon som skjer på sider som er merket med «kommersielt samarbeid med Norsk Tipping» er å anse som markedsføring. • Episode 12 har innslag med personer under 18 år. <p>Vurdering: Personer under 18 år er benyttet i markedsføringen.</p>	Avvik etter punkt 2.4 i retningslinjer for markedsføring
		<p>Artikkel om lykkespillet Nabolaget. http://www.side2.no/lykkespill/dette-lykkespillet-betaler-ut-nesten-hele-omsetningen/3423133452.html</p> <p>Overskrift: «<i>Dette lykkespillet betaler ut nesten hele omsetning</i>».</p> <p>I tekst: «<i>Nabolaget – et spill som gir nesten like mye som det tjener inn</i>». Reklamerer med en tilbakebetalingsprosent på 85%.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informasjonen som presenteres i artikkel er riktig for trekningen som ble avholdt i uke 38. • Bakgrunnen for at en oppnådde en slik tilbakebetalingsprosent skyldes derimot spilllets omsetning i nevnte uke og spilllets premiestruktur. • Artikkelen kan gi spillerne inntrykk av at dette lykkespillet vil i dele ut nesten hele omsetningen eller minst 85 % i alle fremtidige trekninger. 	Avvik etter punkt 2.1 i retningslinjer for markedsføring

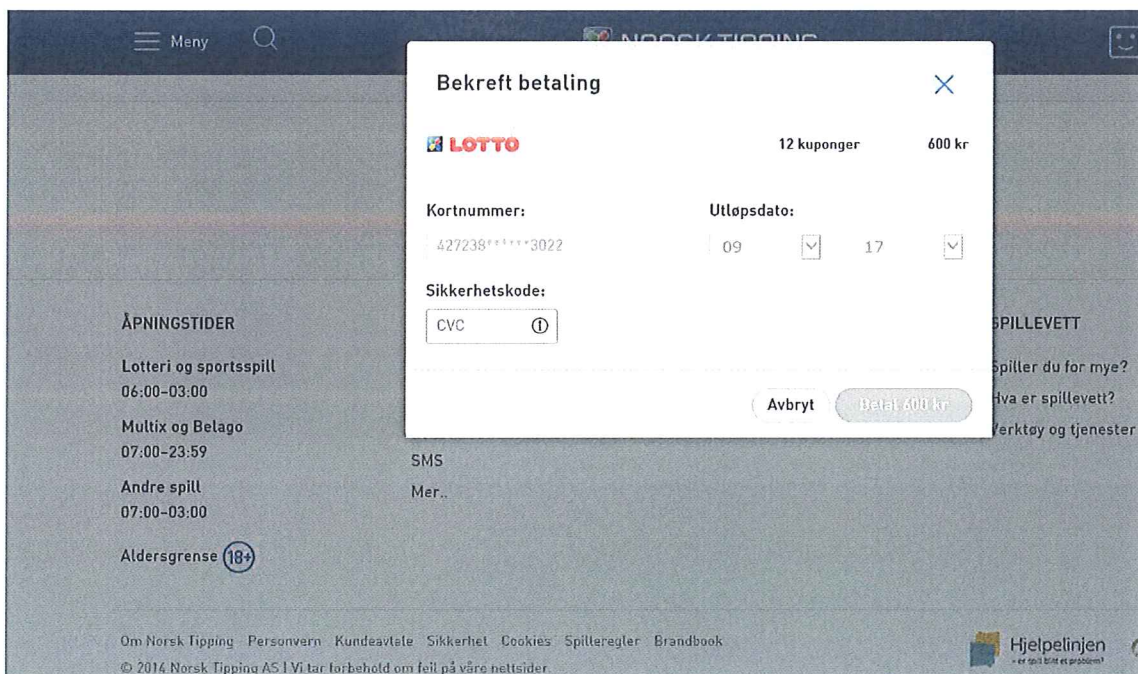
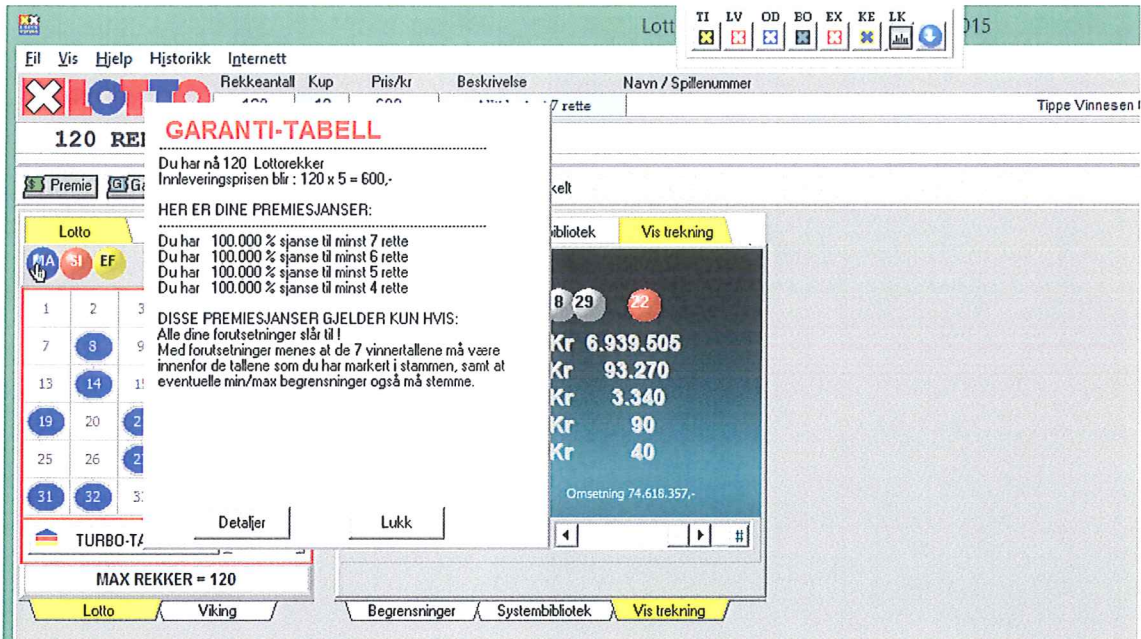
E-kommisjonær	URL	Kommentar	Konklusjon
		<p>Vurdering: Artikkel er egnet til å vildele eller gi utilstrekkelig informasjon til forbrukeren om at denne informasjonen kun gjelder for trekning utført i uke 38, og ikke generelt for spilllets struktur og oppbygning.</p> <p>Artikkel om lykkespillet Eurojackpot. http://m.side2.no/lykkespill/folket-har-talt-dette-ville-vi-gjort-med-755-millioner/3422786964.html</p> <p>Tekst i artikkel: «Eurojackpot er en av de største lotteriene i Europa, kjent for sine gode vinnerejanser og store premier».</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lykkespillet har en vinnerejanssynlighet på 1:95 millioner. • Eurojackpot er spillet med lavest vinnerejanssynlighet i Norsk Tipping sin spillportefølje. <p>Vurdering: Påstanden «...kjent for sine gode vinnerejanser...» er egnet til å gi villedende eller utilstrekkelig veiledende informasjon til forbrukeren om muligheten for å vinne i lykkespillet.</p>	<p>Avvik etter punkt 2.1 i retningslinjer for markedsføring</p>
Dagbladet	http://www.dagbladet.no/	Kontroll av e-kommisjonærens spillside.	Ingen avvik eller merknad
VG	http://www.vg.no/sport/tipping/	Kontroll av e-kommisjonærens spillside.	Ingen avvik eller merknad
TV 2	http://www.tv2.no/sport/sport-og-spill	Kontroll av e-kommisjonærens spillside.	Ingen avvik eller merknad
Sol	http://www.sol.no/	Kontroll av e-kommisjonærens spillside.	Ingen avvik eller merknad
Startsiden	http://www.startsiden.no/	Kontroll av e-kommisjonærens spillside.	Ingen avvik eller merknad
Finn	http://www.finn.no/	Kontroll avdekket ingen annonsering av Norsk Tipping (01.09.2015).	Ingen avvik eller merknad
Manchester United Supporters Club	http://www.finn.no/	Kontroll av e-kommisjonærens spillside.	Ingen avvik eller merknad
Aftenposten	http://www.aftenposten.no/	Kontroll av e-kommisjonærens spillside.	Ingen avvik eller merknad
Aller Media (som eier Dagbladet)	http://www.united.no/oddstips/	Annonsene fremkommer i Dagbladet.	Ingen avvik eller merknad
Amedia	http://www.amedia.no/	Amedia har over 60 aviser. I vår kontroll kontrollerte vi Østlendingen, BA og Nordlys (07.09.2015).	Ingen avvik eller merknad
Turbotipp	http://www.turbotipp.no/	<ul style="list-style-type: none"> • Ved kjøp av spill hos spillekspert får en informasjon om valgt gevinstmodell dersom forutsetningene en har lagt til grunn (stammen) slår til. • Spiller blir løst videre til Norsk Tipping sin hjemmeside for å fullføre kjøpet. 	<p>Merknad: Anbefaler å gjøre informasjon om total vinnerejanssynlighet lettere tilgjengelig for spillere som kjøper spill</p>

E-kommisjonær	URL	Kommentar	Konklusjon
		<p>Informasjon om totale vinnerejanser er tilgjengelig på selskapets hjemmeside.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imidlertid er det kun kjøpsbekreftelsesbilde som er aktivt når en spilleren blir loset fra spilleksperten sin side og over til Norsk Tipping sin hjemmeside. • Spilleren må avbryte kjøpsprosessen for å få tilgang til informasjon om totale vinnerejanser. • Det valgte spillet fremstår som annullert etter at spilleren har valgt å avbryte, men ved å velge tilbakeknapp i nettleseren får spilleren igjen opp meldingen om å bekrefte kjøp av valgte spill. • Det avbrutte spillet er med andre ord fortsatt aktivt. <p>Se kapittel 2.1.2.</p>	<p>via selskapets spillekspert</p>
<p>Fotballtips/SportXpert</p>	<p>http://www.fotballtips.no/</p>	<p>Alle linker på hjemmesiden fører spiller direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spiller har tilgang til tilsvarende informasjon som om vedkommende spilte direkte på Norsk Tipping sin hjemmeside.</p>	<p>Ingen avvik eller merknad</p>
<p>Systemtipping</p>	<p>http://www.systemtipping.no/</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ved kjøp av spill hos spillekspert får en informasjon om valgt gevinstmodell dersom forutsetningene en har lagt til grunn (stammen) slår til. • Spiller blir loset videre til Norsk Tipping sin hjemmeside for å fullføre kjøpet. Informasjon om totale vinnerejanser er tilgjengelig på selskapets hjemmeside. • Imidlertid er det kun kjøpsbekreftelsesbilde som er aktivt når en spilleren blir loset fra spilleksperten sin side og over til Norsk Tipping sin hjemmeside. • Spilleren må avbryte kjøpsprosessen for å få tilgang til informasjon om totale vinnerejanser. • Det valgte spillet fremstår som annullert etter at spilleren har valgt å avbryte, men ved å velge tilbakeknapp i nettleseren får spilleren igjen opp meldingen om å bekrefte kjøp av valgte spill. • Det avbrutte spillet er med andre ord fortsatt aktivt. <p>Se kapittel 2.1.2.</p>	<p>Merknad: Anbefaler å gjøre informasjon om total vinnerejansynlighet lettere tilgjengelig for spillere som kjøper spill via selskapets spillekspert</p>
<p>Opta-spesialisten</p>	<p>http://www.optaspecialisten.no/</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ved kjøp av spill hos spillekspert får en informasjon om valgt gevinstmodell dersom forutsetningene en har lagt til grunn (stammen) slår til. • Spiller blir loset videre til Norsk Tipping sin hjemmeside for å fullføre kjøpet. Informasjon om totale vinnerejanser er tilgjengelig på selskapets hjemmeside. • Imidlertid er det kun kjøpsbekreftelsesbilde som er aktivt når en spilleren blir loset fra spilleksperten sin side og over til Norsk Tipping sin hjemmeside. • Spilleren må avbryte kjøpsprosessen for å få tilgang til informasjon om totale vinnerejanser. • Det valgte spillet fremstår som annullert etter at spilleren har valgt å avbryte, men 	<p>Merknad: Anbefaler å gjøre informasjon om total vinnerejansynlighet lettere tilgjengelig for spillere som kjøper spill via selskapets spillekspert</p>

E-kommisjonær	URL	Kommentar	Konklusjon
		<p>ved å velge tilbakeknapp i nettleseren får spilleren igjen opp meldingen om å bekrefte kjøp av valgte spill.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Det avbrutte spillet er med andre ord fortsatt aktivt. <p>Se kapittel 2.1.2.</p>	
Opta-spesialisten	http://www.optaspesialisten.no/	Alle linker på hjemmesiden fører spiller direkte til Norsk Tipping sin hjemmeside. Spiller har tilgang til tilsvarende informasjon som om vedkommende spilte direkte på Norsk Tipping sin hjemmeside.	Ingen avvik eller merknad
Tippestudio	http://www.tippestudio.no/	<ul style="list-style-type: none"> • Ved kjøp av spill hos spillekspert får en informasjon om valgt gevinstmodell dersom forutsetningene en har lagt til grunn (stammen) slår til. • Spiller blir loset videre til Norsk Tipping sin hjemmeside for å fullføre kjøpet. Informasjon om totale vinnerejanser er tilgjengelig på selskapets hjemmeside. • Imidlertid er det kun kjøpsbekreftelsesbilde som er aktivt når en spilleren blir loset fra spilleksperten sin side og over til Norsk Tipping sin hjemmeside. • Spilleren må avbryte kjøpsprosessen for å få tilgang til informasjon om totale vinnerejanser. • Det valgte spillet fremstår som annullert etter at spilleren har valgt å avbryte, men ved å velge tilbakeknapp i nettleseren får spilleren igjen opp meldingen om å bekrefte kjøp av valgte spill. • Det avbrutte spillet er med andre ord fortsatt aktivt. <p>Se kapittel 2.1.2.</p>	Merknad: Anbefaler å gjøre informasjon om total vinnerejansynlighet lettere tilgjengelig for spillere som kjøper spill via selskapets spillekspert
Radsoft	http://www.radsoft.no/default.aspx	<ul style="list-style-type: none"> • Ved kjøp av spill hos spillekspert får en informasjon om valgt gevinstmodell dersom forutsetningene en har lagt til grunn (stammen) slår til. • Spiller blir loset videre til Norsk Tipping sin hjemmeside for å fullføre kjøpet. Informasjon om totale vinnerejanser er tilgjengelig på selskapets hjemmeside. • Imidlertid er det kun kjøpsbekreftelsesbilde som er aktivt når en spilleren blir loset fra spilleksperten sin side og over til Norsk Tipping sin hjemmeside. • Spilleren må avbryte kjøpsprosessen for å få tilgang til informasjon om totale vinnerejanser. • Det valgte spillet fremstår som annullert etter at spilleren har valgt å avbryte, men ved å velge tilbakeknapp i nettleseren får spilleren igjen opp meldingen om å bekrefte kjøp av valgte spill. • Det avbrutte spillet er med andre ord fortsatt aktivt. <p>Se kapittel 2.1.2.</p>	Merknad: Anbefaler å gjøre informasjon om total vinnerejansynlighet lettere tilgjengelig for spillere som kjøper spill via selskapets spillekspert
Ringside		Fysisk spillekspert. Ikke kontrollert.	

2.1.1 Lettere tilgjengelighet til informasjon om vinnerejanser

Foreligger et forbedringspotensial til gjøre informasjon om vinnerejanser lettere tilgjengelig for spillere som kjøper spill via spilleksperter. Spillere har tilgang til informasjon om vinnerejanser på Norsk Tipping sin hjemmeside. Imidlertid må spilleren avbryte kjøpsprosessen for at hjemmesiden med informasjon om vinnerejanser skal bli aktiv.



2.2 Kontroll av selskapets markedskommunikasjon i egne salgskanaler

Salgskanal	URL	Kommentar	Konklusjon
Hjemmeside	https://www.norsk-tipping.no/	<p>Foretatt kontroll av selskapets hjemmeside. Kontrollene har vært gjennomført i august og september 2015.</p> <p>Selskapet har informasjon om vinnere og vinnere i kjøpsprosessen, samt egen informasjonsside på hjemmesiden.</p> <p>Kontroll av selskapets markedskommunikasjon avdekket at selskapet, både i egne flater og hos e-kommisjonærene, aktivt benytter vinnerhistorier i sin markedsføring.</p> <p>Det viktig å være oppmerksom på at denne type historier vurderes som markedsføring i form av ikke-betalt markedskommunikasjon, og at de dermed er omfattet av retningslinjer for markedsføring.</p>	Merknad: Anbefaler at Norsk Tipping utøver forsiktighet ved gjengivelse av vinnerhistorier der det er risiko for at historiene kan oppfattes slik at deltagelse i spill fremmer en løsning på finansielle problemer.
Mobilapplikasjon	https://www.norsk-tipping.no/mobile-internet/	<p>Foretatt kontroll av selskapets mobilapplikasjon. Kontrollene har vært gjennomført i august og september 2015.</p> <p>Informasjon om vinnere ligger tilgjengelig for de ulike spillene.</p>	Ingen avvik eller merknad
Facebook	www.facebook.com/NorskTipping	<p>Foretatt kontroll av selskapets Facebook-side for perioden 10. september 2014 til 15. september 2015.</p> <p>En av historiene, lagt ut den 24. august 2015, handler om en mann som skulle i banken dagen etter for å gi fra seg huset på grunn av gjeldsproblem, men på grunn av gevinsten fra Norsk Tipping så fikk han beholde huset. I klippet fremgår det også at Norsk Tipping sendte en telefax til banken for å bevise mannens finansielle situasjon.</p> <p>https://www.facebook.com/NorskTipping/videos/vb.76638228843/10153558140993844/?type=3&theater</p> <p>(Klippet vises i tidsintervall 1.45-2.32).</p> <p>Vurdering: Markedsføringens innhold fremstår som at deltagelse i spill fremmer en løsning på finansielle problemer.</p>	Avvik etter punkt 2.7 i retningslinjer for markedsføring
Twitter Norsk Tipping	@NorskTippingAS	Foretatt kontroll av selskapets Twitterkonto for perioden 14. mars	Ingen avvik eller merknad

Salgskanal	URL	Kommentar	Konklusjon
		(første innlegg) til 15. september 2015.	
Twitter Resultatvakter	@NT resultat	Foretatt kontroll av selskapets Facebook konto for perioden 10. september 2014 til 15. september 2015.	Ingen avvik eller merknad
Instagram	@norsktipping	Gjennomgått alle innlegg på selskapets Instagram konto per 15. september 2015.	Ingen avvik eller merknad
YouTube	https://www.youtube.com/user/NorskTipping1947	<p>Kontrollert 10 tilfeldige YouTube videoer i perioden september 2014 – september 2015.</p> <p>Kontroll gjennomført den 18.09.15:</p> <p>Tittel: Bli med på årets koseligste julekalender (Flax) https://www.youtube.com/watch?v=TlwnwxpbGQI&index=1&list=PLy5HuztbkK4KVMDX1Z6L-NOkXeYeAH4DI</p> <p>Tittel: Vinn Drømmereise til Champagne (Eurojackpot) https://www.youtube.com/watch?v=8ontq0wlZiY&index=2&list=PLy5HuztbkK4KdSmkHkII-CSEq1niu-blP</p> <p>Tittel: Pizza en reklamefilm for Lotto https://www.youtube.com/watch?v=40Snljg-iy0&list=PLy5HuztbkK4IA5W10IL35x_Y1N3sR8fA-</p> <p>Tittel: Vinner du vinner naboen (Nabolaget) https://www.youtube.com/watch?v=qJzn3i9modk&list=PLy5HuztbkK4IUSh6lctELbZ_39hIZkqQO&index=9</p> <p>Tittel: «Stafett» (Oddsens) https://www.youtube.com/watch?v=TLKWjk-pboQ&index=5&list=PLy5HuztbkK4KWaxVP3cgFXOBZuobkS6ww</p> <p>Tittel: Vinnerøyeblikk https://www.youtube.com/watch?v=X7cxsQlwQAw&index=1&list=PLy5HuztbkK4KaOrjbY6x4S87YH1KZUJUp</p> <p>Tittel: KongKasino - Rabbid Rabbit https://www.youtube.com/watch?v=Li4RJT0uesU&list=PLy5HuztbkK4KntSEf1j3S-XcyEZm64n8z</p> <p>Tittel: «Silikon» (Lotto) https://www.youtube.com/watch?v=A506QNWC4BU&list=PLy5HuztbkK4IA5W10IL35x_Y1N3sR8fA-&index=3</p>	Ingen avvik eller merknad

Salgskanal	URL	Kommentar	Konklusjon
		Tittel: «Halla» (Oddsen) https://www.youtube.com/watch?v=1hShY38K8Fo&list=PLy5HuztbkK4KWaxVP3cgFXOBZuobkS6ww&index=7 Tittel: Eiffeltårnet (Kong Kasino) https://www.youtube.com/watch?v=Y9PR4FjC1XU&list=PLy5HuztbkK4KntSEf1j3S-XcyEZm64n8z	
Linkedin	https://www.linkedin.com/company/norsk-tipping	Gjennomgått selskapets LinkedIn konto per 15. september 2015.	Ingen avvik eller merknad

2.3 Kontroll av betalt markedskommunikasjon

Spill kategori	Periode	Salgskanal	Konklusjon
Extra	Uke 40-41, 2014	Mobilbanner Ukepresse Web	Ingen avvik eller merknad
Extra	Uke 19-20, 2015	Web TV Ukepresse Mobilannonse VG	Ingen avvik eller merknad
Extra	Uke 35-37, 2015	Ukepresse TV	Ingen avvik eller merknad
VikingLotto	Uke 38, 2014	Web - Lykketall	Ingen avvik eller merknad
VikingLotto	Uke 20, 2015	Web	Ingen avvik eller merknad
VikingLotto	Uke 30, 2015	Web	Ingen avvik eller merknad
VikingLotto	Uke 23, 2015	TV Radio	Ingen avvik eller merknad
Lotto	Uke 34-35, 2014	Avis Radio TV Utendørs (eks skjermer på Oslo S)	Ingen avvik eller merknad
Lotto	Uke 50-51, 2014	Radio	Ingen avvik eller merknad
Lotto	Uke 11-12, 2015	Avis Nett TV Ukepresse Utendørs - digitalt Mobil VG	Ingen avvik eller merknad
Lotto	Uke 13-14, 2015	Radio	Ingen avvik eller merknad
Lotto	Uke 37-38, 2015	Avis Mobil VG Web Radio TV	Ingen avvik eller merknad
Flax	Uke 36, 2014	<u>Griseflax:</u> Mobil VG Fysisk kommisjonær	Ingen avvik eller merknad
Flax	Uke 42-43, 2014	<u>Flax for livet:</u> Radio	Ingen avvik eller merknad

Vedlegg 3 – Gjennomføring av revisjon

22. september 2015

Tidspunkt	Tema	Deltagere
08:30 – 09:00	<u>Åpningsmøte</u> <ul style="list-style-type: none"> Bakgrunn for tilsyn Mål og overordna problemstillinger Revisjonskriterier Gjennomføring av tilsyn 	Kristin Røe Thomas Løkting Pål Bergersen Thorbjørn Unneberg Stein Langberget Morten Eriksen
09:00 – 10:00	<u>Markedsføring</u> <ul style="list-style-type: none"> Strategi og mål Ansvar/myndighet Risikovurdering og tiltak 	Kristin Røe Ingunn Børresen Thorbjørn Unneberg Stein Langberget
10:00 – 10:15	<u>Pause</u>	
10:15 – 11:45	<u>Markedsføring forts</u> <ul style="list-style-type: none"> Forståelse og praktisering av retningslinjer <ul style="list-style-type: none"> Betalt og ikke-betalt kommunikasjon Vinnersannsynlighet Kanaliseringshensynet Lotteritilsynets kontroll med uregulerte pengespillaktører 	Kristin Røe Ingunn Børresen Stein Langberget Thomas Løkting
11:45 – 12:15	<u>Lunsj</u>	
12:15 – 13:30	<u>Hverdagen på markedsavdelingen</u> <ul style="list-style-type: none"> Utarbeidelse og publisering av markedsmateriell Kommunikasjon via hjemmeside og mobilapplikasjon Kommunikasjon via sosiale medier Kommunikasjon via SMS og E-post (CRM) Avvikshåndtering 	Kristin Røe Ingunn Børresen Hanne Sætre Jan Frode Johansen Ingunn Børresen Siri Anne Tokle Geir Skår Thomas Løkting Stein Langberget
13:30 – 13:45	<u>Pause</u>	
13:45 – 14:45	<u>Spill gjennom elektroniske kanaler</u> <ul style="list-style-type: none"> Strategi og mål Ansvar/myndighet Risikovurderinger og tiltak Avvikshåndtering 	Pål Bergersen Thomas Løkting Kristin Røe Stein Langberget
14:45 – 16:00	<u>Markedsføring og spill gjennom elektroniske kanaler</u> <ul style="list-style-type: none"> E-kommisjonærer E-kommisjonæravtale Oppfølging av e-kommisjonærer 	Pål Bergersen Thomas Løkting Kristin Røe Stein Langberget

23. september 2015

Tidspunkt	Tema	Deltagere
08:30 - 09:30	<u>Kontroll og evaluering av markedsføring og spill gjennom elektroniske kanaler</u> <ul style="list-style-type: none">• Oppdage og reagere på forbedringsmuligheter• Kontinuerlig forbedring	Kristin Røe Thomas Løking Ingunn Børresen Stein Langberget
09:30 - 11:30	Stikkprøvekontroll av betalt markedsmateriell	Henning Øium Lise Kampenhøy Rita Helgesen Paul Valle
11:30 - 12:00	Lunsj	
12:00 - 12:30	Resultat fra stikkprøvekontroll	Kristin Røe Thomas Løking Ingunn Børresen Stein Langberget
12:30 - 13:30	Oppsummering Lotteritilsynet	Lotteritilsynet
13:30 -	<u>Sluttmøte</u> <ul style="list-style-type: none">• Presentere resultat og anbefalinger• Frist for oversending av foreløpig og endelig tilsynsrapport• Frist for tilbakemelding på eventuelle avvik eller merknader	Kristin Røe Thomas Løking Ingunn Børresen Morten Eriksen Pål Bergersen Stein Langberget Alf Eldar Bergset