



Eduskunnan hallintovaliokunnalle

HE 16/2025 Uutta rahapelijärjestelmää koskeva lainsäädäntö

MTV kiittää mahdollisuudesta lausua ja tulla kuulluksi hallituksen esityksestä uutta rahapelijärjestelmää koskevaksi lainsäädännöksi. Uusi lainsäädäntö on tärkeä niin rahapelihaittojen vähentämiseksi, laittoman rahapelaamisen kitkemiseksi, kanavointiasteen nostamiseksi kuin myös rahapeleihin käytettävien eurojen saamiseksi hyödyttämään suomalaista yhteiskuntaa verotulojen muodossa. On hyvä, että sääntelykokonaisuus nyt etenee.

MTV:n mielestä ehdotettu sääntelykokonaisuus on pääsääntöisesti tasapainoinen ja vastaa sääntelylle asetettuihin tavoitteisiin. MTV katsoo, että esityksessä haetaan hyvää tasapainoa myös rahapelaamisen markkinoinnin osalta, haittojen ehkäisyn ohessa on kiinnitettävä huomiota myös kanavointiasteeseen tai uuden sääntelyn hyödyt jäävät saavuttamatta.

Pidämme erittäin tärkeänä sitä, että mainonnan rajoituksia kohdennetaan erityisesti sinne, missä lapsiin ja nuoriin kohdistuvat haitat ovat suurimmillaan, mikä tarkoittaa nykytiedon valossa sosiaalisen median mainontaa ja vaikuttajamarkkinointia. Esimerkiksi tv:ssä on 0,04% mainoskatkoja, joita lapset katsovat yksin ja nekin käytännössä kokonaan lastenohjelmien yhteydessä, jotka rajataan rahapelimainonnasta pois joka tapauksessa.

Kotimaiseen sekä julkaisijan, että päätoimittajan vastuuta kantavaan mediaan ei pidä kohdentaa tarpeettomia rajoituksia. Sillä olisi sekä pelihaittoja kokonaisuutena lisäävä, että Suomen verotuloja vähentävä vaikutus. Pohjatilannehan on nyt se, että valtaosa online-pelaamisesta tapahtuu laittomasti ulkomaille ja mainonnasta verkossa, vaikuttajamarkkinoinnissa ja sosiaalisessa mediassa, tämä on koko ajan pidettävä mielessä uutta esitystä arvioitaessa.

Esityksen pääasialliset vaikutukset

Järkevästi toteutettuna rahapelijärjestelmää koskevalla sääntelyllä on myönteiset vaikutukset kotimaiseen mediakenttään. Positiiviset vaikutukset todetaan myös hallituksen esityksessä. Tämä on ehdottoman tärkeää ajassa, jossa journalistinen media toimii jatkuvassa alustatalouden ja globaalien somejättien puristuksessa. On myös perusteltua kotiuttaa markkinoinnin euroja verotuloina Suomeen, eikä jatkaa tämän hetken tosiasiallista tilannetta, jossa markkinointia toteutetaan laittomasti kv-somejättien alustoilla. Moniääninen, riippumaton media on demokratian perusedellytys ja kaikki vastuullista journalistista työtä sekä kotimaisten sisältöjen lähettämistä edistävät päätökset tulevat suoraan koko yhteiskunnan hyödyksi.



Hallitusohjelmaan on kirjattu myös reilun kilpailun lisääminen mediakentällä ja digitaalisessa mainosmarkkinassa huomioiden kansainvälisten alustajättien asema. Tämä sääntely osaltaan tukee tuota kotimaiselle medialle erittäin tärkeää hallitusohjelmakirjausta.

Asiakokonaisuudet:

4 luku Markkinointi

Kannattamme esityksessä esitettyjä mainonnan sisällöllisiä rajoituksia, vaikuttajamarkkinoinnin rajoituksia ja sitä, että markkinointia tekee toimiluvanhaltija itse.

MTV sitoutuu osaltaan vastuulliseen yritys- ja pelibrändien mainontaan ja tukee vahvasti tavoitetta siitä, että rahapeliin markkinointi on sekä vastuullista että keskittyy markkinan toimivuudelle välttämättömään brändien erotteluun erilaisten call-to-actioneiden sijaan. Näin ehkäistään haitallisia markkinoinnin muotoja ja samalla esityksessä tavoiteltu korkea kanavointiaste mahdollistuu myös mainonnan kautta.

Seuraavassa tarkemmin huomioita muutamista 4 luvun pykälistä ja perusteluista:

51 § 3 momentin 2 kohdan mukaan markkinointi olisi sallittua sähköisen viestinnän palveluista annetun lain mukaisessa televisio- ja radiotoiminnassa. Tämä tarkoittaa sitä, että osa suoratoistopalveluiden sisällöstä on mukana, osa ei ole. Sähköisen viestinnän palveluista annetun lain mukainen televisio- ja radiotoiminta edellyttää ohjelmistotoimilupaa. Katsommekin, että myös ohjelmistotoimiluvanhaltijoiden suoratoistopalveluiden tulisi olla esityksessä mukana kokonaisuudessaan.

Sisällöt suoratoistopalveluissa ja lineaarilähettämässä ovat käytännössä samoja, eli kyseessä on teknologianeutraaliteetti. Samalla on niin, että kun ns. inventaaria mainontaan on käytössä enemmän, eli mainontaa voidaan jakaa useammille ohjelmille, rahapelimainontaa on katkoilla vähemmän. Tämä myös helpottaa alaikäisten osuuden pienentämistä rahapelimainontaa näkevästä entisestään (MTV:llä rahapelimainonnan tavoitavuuden suhdeluku on 98% aikuisia, 2% lapsia, eli televisio on varmuudella yksi parhaiten lapsia suojaavista tavoista markkinoida rahapelaamista).

Ehdotammekin, että joko kyseiseen pykälään tai perusteluihin kirjataan: "Televisio- ja radiotoiminnan katsotaan kattavan myös kyseisen lain mukaisten televisio- ja radiotoimiluvanhaltijoiden suoratoistopalvelut."

Nykyinen ohjelmistotoimilupakausi päättyy joka tapauksessa tammikuussa 2027, eli muutoksesta ei aiheudu sitenkään kilpailuneutraaliteettiongelmia. Nähtävissä ei ole, että rahapelimarkkinoinnin vuoksi tulisi keinotekoista ohjelmistotoimiluvan hakua, koska ohjelmistotoimiluvanhaltijoiden on täytettävä monia velvoitteita. Markkinalle ei siis avaudu "villi länsi", vaan toimijat ovat valvottuja niin toimilupansa perusteella kuin rahapelimarkkinan osalta vielä erikseen. Sen sijaan hyötynä on, että tämä muutos ei hidastaisi tv- ja radioalan digitaalista siirtymää, kuten lainsäädäntö nyt esitettyssä muodossaan voi tehdä.



Mainonnan sisällölliset rajoitukset ehdotetussa rahapelilain 51 §:ssä ovat MTV:n mielestä perustellut. MTV pitää sisällöllisiä rajoituksia sekä pelihaittojen vähentämisen että kanavointiasteen nostamisen näkökulmasta huomattavasti parempana vaihtoehtona kuin kansainvälisiä somejättejä lopulta suosivia rajoituksia kotimaiseen mediaan. Erityisesti vaihtoehtoisissa malleissa esillä olleet tv- ja radiomainonnan kellonaikarajaukset paitsi eivät onnistuisi vähentämään pelihaittoja, myös heikentäisivät kanavointivaikutusta, hankaloittaisivat mainonnan kohdentamista yli 25-vuotiaisiin (kuten rahapeliin osalta toimitaan, MTV toteuta eikä hyödy mitenkään alle 25-vuotiaisiin kohdistuvasta mainonnasta) sekä ohjaisivat markkinointia haitallisempiin mainonnan muotoihin.

Kuten sivistysvaliokunta toteaa lausunnossaan hallintovaliokunnalle: ”Perinteisen median, kuten lineaarisen television, radion ja lehtien merkitys nuorille on vähentynyt ja vastaavasti suoratoistopalveluiden, videonjakoalustapalveluiden ja sosiaalisen median parissa vietetty aika on lisääntynyt. Kellonaikoihin perustuvien rajoitusten toimivuutta arvioitaessa on otettava huomioon, että ikäryhmistä eniten näyttörüutujen äärellä yöaikaan ovat 15-24 -vuotiaat.”

Lain 53 §:ään ehdotettu kieltö kohdistaa markkinointia alaikäisiin tai haavoittuvassa asemassa oleviin on nähdäksemme tarpeen. Pykälän perusteluihin toivomme vielä selkeyttä, jotta niin lisenssinhaltijoiden kuin mainosten julkaisijankin oikeusvarmuus toteutuu. Perusteluissa todetaan: ”Valvontaviranomaisen ratkaisujen esimerkiksi alaikäisiin kohdistuvasta markkinoinnista tulisi perustua kokonaisarvioon, jossa hyödynnetään objektiivisia mittareita.” Katsomme, että muotoilun olisi syytä olla: ”Valvontaviranomaisen ratkaisujen esimerkiksi alaikäisiin kohdistuvasta markkinoinnista tulisi perustua objektiivisiin mittareihin.” Kokonaisarvio jättää lakiin oikeusvarmuuden ja ennustettavuuden osalta ongelman ja valvovalle viranomaiselle huomattavan tilan rahapelipolitiikkaan. Objektiivisuuden pitäisi olla lain valvonnan aito lähtökohta ja objektiivisuus perustuu puolueettomaan, kansainvälisesti hyväksyttyyn ja käytettyyn mittaukseen.

MTV pitää järkevänä rahapelilain 55 §:ään ehdotettavaa varsin kattavaa informaatiovelvollisuutta markkinoinnin yhteydessä. Informointivelvollisuus helpottaa lisensioitujen ja lisensioimattomien rahapeliin erottamista toisistaan. Samalla MTV huomauttaa, että kun laittoman ja laillisen mainonnan erottelusta tehdään näin helppoa lainsäädännön nojalla, olisi sekä sääntelyssä että etenkin lain toimeenpanossa ja resursoinnissa syytä kiinnittää erityistä huomiota sääntelyn ulkopuolisen mainonnan valvontaan, oli kyse sitten lisensioimattomasta rahapeliyhtiöstä tai muuten laittomasti tapahtuvasta mainonnasta.

Samalla kun vastuullisesti ja lain mukaan toimiville tahoille asetetaan nyt laajat ja sinänsä hyvin perustellut sisältö- ja informaatiovelvoitteet, on markkinalta kitkettävä pois toimijat, jotka eivät toimi lain mukaan. Tämä vaatii valvontaresurssia nimenomaan laittoman markkinoinnin torjuntaan. Esimerkiksi Ruotsissa on kokemusta siitä, että valvontaresurssia on ollut valitettavan vähän laittoman toiminnan kitkemisessä. Tämä on pystyttävä Suomessa hoitamaan paremmin sääntelyn alusta asti, se on kaikkien markkinalla laillisesti toimivien etu sekä tukee niin pelihaittojen torjuntaa kuin verotulojen saamista Suomeen. Tuemme lämpimästi esitysluonnoksen vaikutusarvioissa todettua: ”Valvontaviranomaisella tulisi olla riittävät resurssit - - toimilupajärjestelmän ulkopuolisten toimijoiden valvontaan.”



12 luku Voimaantulo

MTV katsoo, että uuden markkinan avautuessa voimaantulon siirtymäajan tulisi olla niin lyhyt kuin mahdollista. Erityisesti markkinoinnin näkökulmasta erilaisilla somealustoilla ja Internetissä mainontaa myös tehdään jo nyt varsin laajasti ja laittomasti, joten laillinen markkinointi tulisi tuoda samalle tasolle mahdollisimman pian. Samalla luonnollisesti alkaisi markkinointi myös pelihaittojen torjuntaan liittyen. Tiiviimmällä siirtymäajalla olisi myös myönteinen vaikutus kilpailuun, koska se tasaisi kilpailuasetelmaa Veikkauksen sekä uusien toimiluvanhaltijoiden välillä. Lyhyemmällä siirtymäajalla olisi positiivinen vaikutus myös valtion verotuloihin. Ellei rahapelaamisen aloittaminen ole mahdollista lyhyemmällä siirtymäajalla, ehdotamme siirtymäsäännöksiin seuraavaa: ”Toimiluvanhaltijoilla on oikeus aloittaa toimiluvan saaneiden pelien markkinointi sekä yrityksensä brändimarkkinointi heti myönteisen toimilupapäätöksen saatuaan eli jo ennen pelitoiminnan aloittamista säännöksessä esitetystä aikataulusta.”

Lopuksi

Hallituksen esitys vaikuttaa MTV:n toimintaan luonnollisesti erityisesti markkinointia koskevan sääntelyn osalta. Tuemme ilman muuta sitä, että mainonta kotimaisissa medioissa on mahdollista sisältöä koskeva sääntely huomioiden. MTV katsoo myös, että rahapelien mainonnan määrän maltillisena pitäminen on perusteltua ja sitoutuu siihen osaltaan. MTV:llä on vastuu niin kuluttajille, mainostaja-asiakkaille kuin koko yhteiskunnalle ja tätä vastuuta toteutamme paitsi noudattamalla sääntelyä, myös päätoimittajan ja julkaisijan vastuun kautta sekä omavalvonnalla ja itsesääntelyllä.

MTV:n lähettämä mainonta on täysin läpinäkyvää, helposti valvottavaa ja vastuullisesti toteutettua. Toivomme, että rahapelejä koskeva sääntely on mahdollistavaa, selkeää ja oikeusvarmuutta edistävää. Annamme mielellämme lisätietoja ja osallistumme mielellämme keskusteluun niin pelihaittojen vähentämisestä kuin rahapelien kanavointiasteen nostamisestakin.

Kunnioittavasti,

Suvi Aherto/MTV
suvi.aherto@mtv.fi