

Lausuntopalvelu

Uutta rahapelijärjestelmää koskeva lainsäädäntö

Uutismedian liitto kiittää sisäministeriötä mahdollisuudesta antaa lausunto luonnoksesta hallituksen esitykseksi (Sisäministeriö VN/27332/2023) ("luonnos"). Uutismedian liitto esittää kunnioittaen ministeriölle oheiset huomiot. Lausunto on jäsennelty lausuntopalvelun kysymysten jäsentelyn mukaan.

1) Näkemykset hallitusohjelmassa asetettujen tavoitteiden toteutumisessa

Toteuttaako ehdotettu säädöskokonaisuus näkemyksenne mukaan hallitusohjelmassa rahapelijärjestelmän uudistamiselle asetettuja tavoitteita ehkäistä ja vähentää pelaamisesta aiheutuvia terveydellisiä, taloudellisia ja sosiaalisia haittoja sekä parantaa rahapelijärjestelmän kanavointiastetta?

Uutismedian liitto katsoo, että uusi ehdotettu sääntelykokonaisuus on tasapainoinen. Luonnos toteuttaa johdonmukaisella tavalla hallitusohjelmassa rahapelijärjestelmän uudistamiselle asetettuja tavoitteita. Se onnistuu vastaamaan tavoitteisiin parantaa verkkorahapeliin kanavointia sääntelyn piiriin ja vähentää pelihaittoja.

Markkinoinnin sääntelyyn esitysluonnoksessa valittu yleinen lähtökohta on oikea. On tärkeää, että luonnos jättää kohtuullisesti tilaa korkean kanavointiasteen edellyttämälle mainonnan vapaudelle. Säännökset eivät liiaksi vaikeuta uusien toimijoiden pääsyä markkinoille. Ne voivat myös edistää ainakin jossakin määrin hallitusohjelman tavoitetta edistää reilua kilpailua mediakentällä ja digitaalisessa mainosmarkkinassa huomioden kansainvälisten alustajajättien aseman. Myös luonnoksen jatkovalmistelun kannalta on olennaista, että suunniteltujen rajoitusten painopiste on muualla kuin kotimaisessa toimituksellisessa mediassa, kuten uutismediassa.

Reilun kilpailun edistäminen on välttämätöntä aikana, jossa kotimainen uutismedia ja ammattimaisen journalistisen uutisoinnin tuottaminen kilpailee kansalaisten ja mainostajien huomiosta kansainvälisten mainontapalveluita tuottavien suurten teknologiayritysten ja alustajajättien kanssa. Ehdotetun sääntelykokonaisuuden onnistumisella on olennainen merkitys kotimaisen uutismedian elinvoimalle ja sitä kautta kansalaisten luotettavalle tiedonsaannille.

Viittaamme asiassa Medialiiton 16.8.2024 lausumaan ja kannatamme sitä.

3. Asiakokonaisuudet

Rahapelilain 4 luku - Rahapelien markkinointi

48 § Markkinoinnin sääntely

Uutismedian liitto kannattaa rahapelien verkkomainonnan rajaamista toimiluvan haltijan itsensä toimesta tapahtuvaan ei-vuorovaikutteiseen mainontaan (48.3 §:n 1 luetelmakohta). Rajausta on omiaan estämään kaikkein vahingollisimmiksi arvioituja markkinoinnin muotoja. Esimerkiksi kumppanuusmallit, joissa niin sanottu vaikuttajahenkilö ohjaa seuraajiaan peliasiakkaisiksi ja saa tällä tavalla osuuden hankkimiansa asiakkaiden pelihäviöistä, ovat vahingollisena pidetty tapa markkinoida rahapelejä.

Luonnoksen 48 §:än ehdotettu vaatimus, jonka mukaan markkinoinnin tulisi olla välttämätöntä rahapelikysynnän ohjaamiseksi lisensioituihin peleihin, tulisi poistaa kokonaan luonnoksen jatkovalmistelussa. Näyttää siltä, että ehdotettu pykälän vaatimus on suunnattu vain valvontaviranomaiselle. Toimiluvanhaltijalla ei ole, eikä kilpailuoikeudellisistakaan syistä voi ollakaan tietoa siitä, miten toisten toimiluvanhaltijoiden markkinointi toimii. Toimiluvanhaltijat eivät käytännössä pysty tosiasiasa arvioimaan, miten lisensioitujen rahapelien suhde lisensioimattomiin kokonaisuutena kehittyy ja onko lisensioituja rahapelejä tämän kannalta välttämätöntä markkinoida aikaisempaa enemmän tai vähemmän. Markkinatoimijoille itselleen markkinointi on kuitenkin aina välttämätöntä, jotta ne voivat erottautua kilpailijoistaan markkinoilla ja ohjata asiakkaita omiin palveluihinsa.

Oikeusvarmuuden näkökulmasta välttämättömyys kysynnän ohjaamiseksi on kohtuuttoman väljä ja tulkinnanvarainen kriteeri valvontaviranomaisen sovellettavaksi.

Viittaamme luonnoksen 48 §:n osalta Medialiiton 16.8.2024 lausumaan ja kannatamme sitä.

49 § Kielletyt markkinointikeinot ja -tavat

Uutismedian liitto ehdottaa, että esitysluonnoksessa 49 §:ään lisättäväksi ehdotetusta luetelmakohtasta 14 luovutaan tarpeettomana jatkovalmistelussa. Luonnoksessa ehdotetut mainonnan sisällölliset rajoitukset vastaavat lähes sellaisenaan nykyistä arpajaislakia, jossa haitallisten markkinointitapojen kiellot ovat kattavia ja kirjoitustavaltaan erittäin yleisiä.

Viittaamme luonnoksen 49 §:n osalta Medialiiton 16.8.2024 lausumaan ja kannatamme sitä.

50 § Kielto kohdistaa markkinointia alaikäisiin ja haavoittuvassa asemassa oleviin

Uutismedian liitto katsoo, että luonnoksessa ehdotettu 50 §:ään ehdotettu kielto kohdistaa markkinointia alaikäisiin tai haavoittuvassa asemassa oleviin on yleisellä tasolla perusteltu ja pääosin onnistunut.

Termien kohdistamisen ja merkityksen osalta kohtaa tulee vielä selkeyttää lopulliseen hallituksen esitykseen.

Lisäksi on tärkeää, että hallitusohjelmakirjaus reilusta kilpailusta mediakentällä ja digitaalisessa mainosmarkkinassa suhteessa kansainvälisiin alustajätteihin huomioidaan aidosti myös 50 §:n kohdalla. Kotimaista mediaa enenevästi rajoittava markkinoinnin ja mainonnan sääntely siirtää mainontaa helposti suurten teknologiayhtiöiden alustoille, kuten erilaiset sosiaalisen median palvelut kiinalaisesta Tiktokista lähtien. Siitä huolimatta, että suomalaiset lapset ja nuoret käyttävät niitä paljon, niihin ei kuitenkaan ulotu Suomen lainsäätäjän sääntelyvalta.

Viittaamme luonnoksen 50 §:n osalta Medialiiton 16.8.2024 lausumaan ja kannatamme sitä.

51 § Suoramarkkinointikielto

Luonnoksessa uuden lain 51 §:ään ehdotetaan kieltä kohdistaa markkinointia pelaajalle, joka on asettanut itselleen pelaamiseston tai joka ei ole pelannut rahapeliyhteisön pelejä edellisen kahden vuoden aikana. Luonnoksen perustelujen mukaan kielto koskisi pykälän otsikosta huolimatta muutakin markkinointia kuin suoramarkkinointia, eli se kattaisi myös niin sanotun kohdennetun display- ja hakusanamainonnan.

Luonnos on tältä osin epäonnistunut, sillä se jättää epäselväksi, koskeeko esitetty kielto ainoastaan rahapelitoimijoita itseään vai esimerkiksi myös uutismedian lehtiä, jotka kohdentavat verkkolehtien lukijoilleen niin sanottua display-mainontaa, jonka joukossa on rahapelimainoksia. Se, että kielto kohdistuisi tiedotusvälineeseen ei ole perusteltua. Kiellon toteuttamiseksi tiedotusvälineet tarvitsisivat käytännössä toimivan teknisen mahdollisuuden tunnistaa yksittäisiä lukijoita tai katsojia verkkolehtiensä sivuilla samoin kuin myös reaaliaikaiset tiedot pelieston itselleen asettaneista henkilöistä. Tiedotusvälineet joutuisivat myös käsittelemään kyseisten kiellon asettaneiden henkilöiden henkilötietoja vain rahapelimainontaa varten. Uutismedian liitto katsoo, että 51 §:n kieltä ei ole harkittu huolellisesti.

Uutismedian liitto toteaa, että 51 §:ään ehdotettu kielto tulisi joko rajata koskemaan vain suoramainontaan tai vaihtoehtoisesti selventää, että kohdennettua

niin sanottua display- ja hakusanamainontaa koskeva kiello kohdistuu ainoastaan rahapelitoimijoihin.

Viittaamme luonnoksen 51 §:n osalta Medialiiton 16.8.2024 lausumaan ja kannatamme sitä.

52 § Markkinoinnin yhteydessä annettava informaatio

Viittaamme luonnoksen 52 §:n osalta Medialiiton 16.8.2024 lausumaan ja kannatamme sitä.

Sääntelyn valvonta

Uutismedian liitto korostaa, että sääntelyn ulkopuolelle jäävän rahapelimainonnan valvontaan tulee kohdentaa riittävästi resursseja. Tämä koskee sekä lissensijärjestelmän ulkopuolisten rahapeliyhtiöiden mainontaa että muuten laittomasti toteutettua mainontaa.

Tehokkaalla valvonnalla toteutetaan hallitusohjelmaan kirjattuja paremman sääntelyn periaatteita.

Olennaista on, että luonnoksen jatkovalmistelussa on yleisesti kiinnitettävä huomiota siihen, ettei valvontaviranomaisen harkintavalta jää kohtuuttoman laajaksi suhteessa toimijoiden oikeusvarmuuteen.

Viittaamme valvonnan osalta Medialiiton 16.8.2024 lausumaan ja kannatamme sitä.

Rahapelilain 13 luku - Voimaantulo- ja siirtymäsäännökset

Uuden rahapelijärjestelmän voimaantuloa tulisi aikaistaa luonnoksessa suunnitellusta.

Hallitusohjelmassa on sitouduttu toteuttamaan uudistus 1.1.2026 mennessä. Jos toimilupaprosessiin varataan luonnoksen mukainen 6 kuukauden käsittelyaika, olisi kohtuullista pyrkiä saamaan uusi laki kokonaisuudessaan voimaan viimeistään 1.7.2026.

Aikaisemmalla voimaantulolla olisi reilua kilpailua tukeva vaikutus nykyisen monopolitoimija Veikkauksen ja uusien toimiluvanhaltijoiden välillä sekä mainonnassa erityisesti kotimaisen median ja kansainvälisten suurten teknologiayhtiöiden omistamien alustojen välillä.

Mikäli voimaantuloa ei pystytäkään aikaistamaan, siirtymäsäännöksenä tulisi antaa toimiluvanhaltijoille mahdollisuus aloittaa toimiluvan saaneiden pelien markkinointi sekä yhtiöidensä ja niiden palveluiden brändimarkkinointi heti, kun ne ovat saaneet myönteisen toimilupapäätöksen ja jo ennen pelitoiminnan aloittamista.

Viittaamme voimaantulo- ja siirtymäsäännösten osalta Medialiiton 16.8.2024 lausumaan ja kannatamme sitä.

4. Muut mahdolliset näkemykset ja huomiot esitysluonnoksesta

Uutismedian liiton pääviestit

- Luonnoksen sääntelykokonaisuus on tasapainoinen. Se edistää osaksi hallitusohjelmaan kirjattua tavoitetta edistää reilua kilpailua mediakentällä ja digitaalisessa mainosmarkkinassa, ottaen huomioon kansainvälisten suurten teknologiayritysten, alustajättien, aseman.
- Ehdotetun sääntelykokonaisuuden onnistumisella on olennainen merkitys kotimaisen uutismedian elinvoimalle ja sitä kautta kansalaisten luotettavalle tiedonsaannille. Uusien mainostuottojen mahdollisuus on uutismedialle tärkeä asia.
- Markkinointia koskevia säännöksiä on täsmennettävä luonnoksessa ehdotetusta.
- Valvontaviranomaisen harkintavaltaa tulee selkeyttää ja rajoittaa suhteessa toimijoiden oikeusvarmuuteen.
- Markkinoinnin välttämättömyyttä koskeva luonnoksen 48.2 §:ään ehdotettu kriteeri on poistettava jatkovalmistelussa.
- Uusi laki tulisi saattaa voimaan hallitusohjelman mukaisesti 1.1.2026 lukien.

Uutismedian liitto ry

Jukka Holmberg
liittojohtaja

Ismo Huhtanen
lakiasiaintojohtaja

Uutismedian liitto on sanomalehtien, kaupunkilehtien ja muiden yksityisten uutismedioiden julkaisijoiden toimialajärjestö. Liiton jäsenenä on myös muun muassa jakeluyhtiöitä, markkinointiyhtiöitä ja lehtipainoja. Uutismedian liitto on media-alan yhteistä edunvalvontaa hoitavan Medialiiton suurin jäsenjärjestö.