

Rahapelijärjestelmä ja media

Kuulemistilaisuus 28.11.2023
Sisäministeriö



Markkinoinnin säännöt vaikuttavat median kilpailuasetelmaan

- Hallitusohjelma:
 - Markkinoinnin on oltava sisällöltään, laajuudeltaan, näkyvyydeltään ja toistuvuudeltaan maltillista ja vastuullista.
 - Hallitus edistää reilua kilpailua mediakentällä ja digitaalisessa mainosmarkkinassa huomioiden kansainvälisten alustajajättien aseman.
- Molempia tavoitteita voi edistää samanaikaisesti huolehtimalla kotimaisen median asemasta rahapelien markkinoinnin sääntelyssä.



Kotimainen media on vastuullinen mainosympäristö

- Toimijat ovat vastuullisia, helposti tavoitettavissa ja valvottavissa.
- Mainonnan itsesääntelyn rakenteet ovat olemassa ja sääntöjä noudatetaan hyvin.
- Monen muun markkinoinnin muodon voidaan arvioida kannustavan impulsiiviseen ongelmapelaamiseen mediamainontaa enemmän.
 - Esimerkiksi kumppanuusmallit julkisuuden henkilöiden kanssa.
- Mediamainonnalla rahoitetaan ammattimaista journalismia, jossa välitetään tietoa terveiden ja vastuullisten kuluttajavalintojen pohjaksi ja myös avataan ja kyseenalaistetaan mainonnan väitteitä.



Sääntelykohteeksi itse tuote eikä sen markkinointi

- Ensisijaista on säännellä tuotteen ominaisuuksia. Laillisia tuotteita tulee pystyä markkinoimaan mahdollisimman vapaasti. Yleisöllä on myös oikeus saada tietoa laillisesti tarjottavista tuotteista.
- Jotta kanavointiaste saadaan korkeaksi, valtiolle verotuloja ja pelihaitat vähenemään, on lisenssit saatava riittävän houkutteleviksi. Tämä onnistuu vain sallimalla mainonta kotimaisissa mediakanavissa tasapuolisesti suhteessa kansainvälisiin alustoihin (esimerkiksi tv:n ja radion aikarajojen poisto).
- Keinoja säännellä rahapelituotteita varmasti on, esimerkiksi tunnistautuminen, pelien luokittelu ja pelityyppikohtaiset säännöt, voittojen palautumisaste, ongelmapelaajien porttikiellot ja itse tehtävät helpot estot (vrt. spelpaus.se).