



medialiitto

22.12.2023

Arvoisa rahapelilainsäädännön lisenssimallin valmistelija

Käännymme puoleenne muistuttaaksemme kotimaisten yksityisten tiedotusvälineiden tärkeästä asemasta rahapelilainsäädäntöä uudistettaessa.

Uskomme, että verkkorahapeliin markkinoinnin sääntelyssä on mahdollista edistää yhtä aikaa kahta hallitusohjelmavoittoa: markkinoinnin maltillisuutta ja vastuullisuutta sekä reilua kilpailua mediakentällä ja digitaalisessa mainosmarkkinassa. Näiden hallitusohjelmavoittoa toteuttamiseksi tarvitaan säännöksiä, jotka turvaavat kotimaisten tiedotusvälineiden kilpailuedellytykset verkkorahapeliin mainonnassa.

Kotimaisen yksityisen median toimintaedellytyksistä huolehtiminen on paitsi hallitusohjelman mediapoliittisten tavoitteiden mukaista, myös keskeinen keino hallitusohjelmassa rahapelijärjestelmän uudistamiselle asetetun tavoitteen eli rahapeliin kanavointiasteen nostamiseksi. Lisenssin hankkiminen avaa erityisesti ulkomaalaisille rahapeliyhtiöille pääsyn suomalaisten tiedotusvälineiden mainoskanaviin.

Vaikuttavinta on kohdistaa sääntely rahapeliin ominaisuuksiin eikä tuotteiden markkinointiin. Laillisia rahapeliin tuotteita tulee pystyä markkinoimaan mahdollisimman vapaasti, ja yleisöllä on myös oikeus saada tietoa laillisesti tarjolla olevista tuotteista. Keinoja säännellä rahapeliin tuotteita varmasti on – esimerkiksi tunnistautumisen, pelien luokittelu ja pelityyppikohtaiset säännöt, voittojen palautumisaste, ongelmapelaajien porttikiellot sekä itse tehtävät helpot peliastot.

Jotta hallitusohjelman mukainen korkeampi kanavointiaste toteutuu, lisenssin hankkimisen Suomesta on oltava rahapeliin yhtiöille riittävän houkuttelevaa. Myös tässä kotimaisilla tiedotusvälineillä on keskeinen rooli rahapeliin yhtiöiden näkökulmasta kokonaan uutena markkinointikanavana. Sääntelyllä tulee samalla lieventää globaaleja alustajättejä suosivaa kilpailun epätasapainoa.

Kotimaiset lehtikustantajat ja lähettäjäryitykset ovat tunnettuja, vastuullisia, helposti tavoitettavissa ja valvottavissa. Mainonnan itsesääntelyn rakenteet Suomessa ovat olemassa, sääntöjä noudatetaan hyvin ja itsesääntelyä voidaan kehittää tarvittaessa ketterästi eteen tulevien tilanteiden ehdoilla.

Monen muun markkinoinnin muodon voidaan arvioida kannustavan impulsiiviseen ongelmapelaamiseen tiedotusvälineissä tapahtuvaa mainontaa enemmän. Sellaisia ovat

esimerkiksi julkisuuden henkilöiden kanssa sovittavat kumppanuusmallit, joissa asiakkaita peliyhtiölle ohjaava kumppani saa osuuden näiden pelihäviöistä.

Mainonnalla kotimaisissa tiedotusvälineissä rahoitetaan ammattimaista journalismia, jossa välitetään tietoa terveiden ja vastuullisten kuluttajavalintojen pohjaksi ja myös avataan ja kyseenalaistetaan mainonnan väitteitä.

Television ja radion kannalta on tärkeää, ettei mainosmyyntiä tehdä mahdottomaksi kellonaikarajoin. Aikarajat eivät myöskään palvele tavoitetta suojata lapsia pelimainonnalta ja nuoria aikuisia pelihaitoilta, koska nämä kohderyhmät käyttävät ennen kaikkea sosiaalisia medioita ja verkkomedioita.

Kerromme mielellämme lisää kotimaisten tiedotusvälineiden roolista rahapeliuudistuksessa ja toivomme pääsevämme työryhmän kuultavaksi markkinointiteemasta.

Kunnioitavasti,

Medialiitto ry

Riikka Tähtivuori
elinkeinopolitiikan johtaja