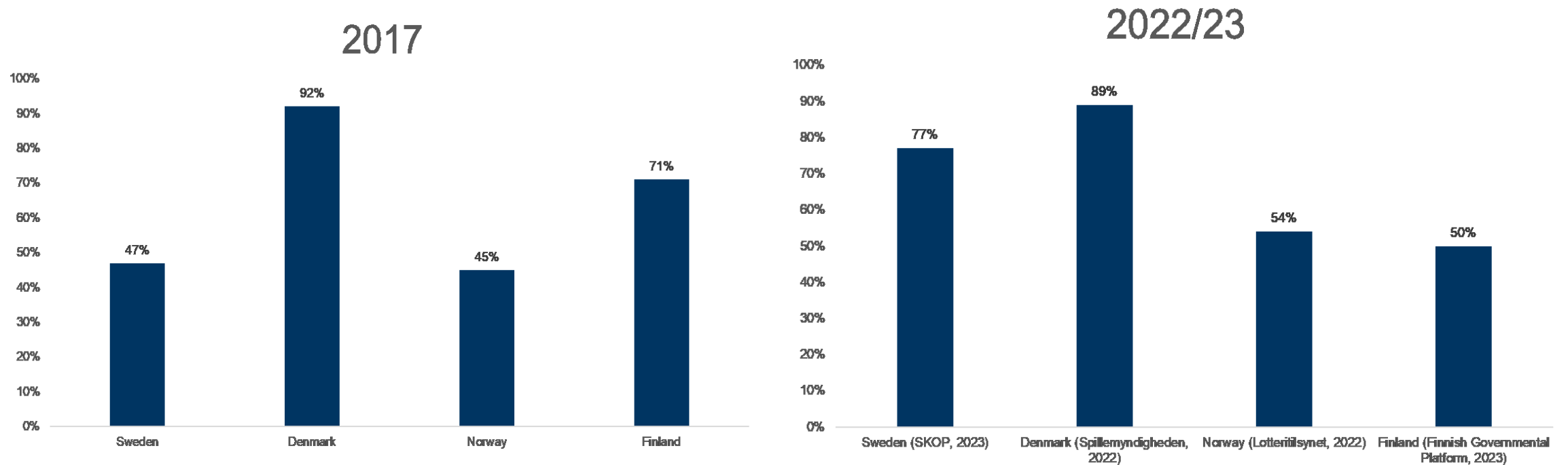




Tieto voittaa intuition – myös rahapelialan uudistamisessa
28.11.2023

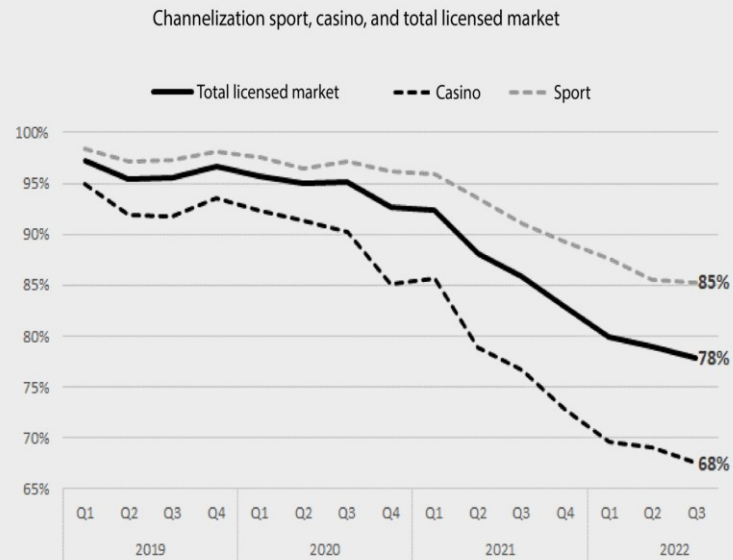
Mika Kuismanen, Ph.D

Järjestelmätason parametrit vaikuttavat insentiveihin ja sitä kautta kanavoitumisasteeseen...



Lähde: H2 Gambling Capital

...ja muutokset voivat olla nopeita ja tavoitteiden vastaisia

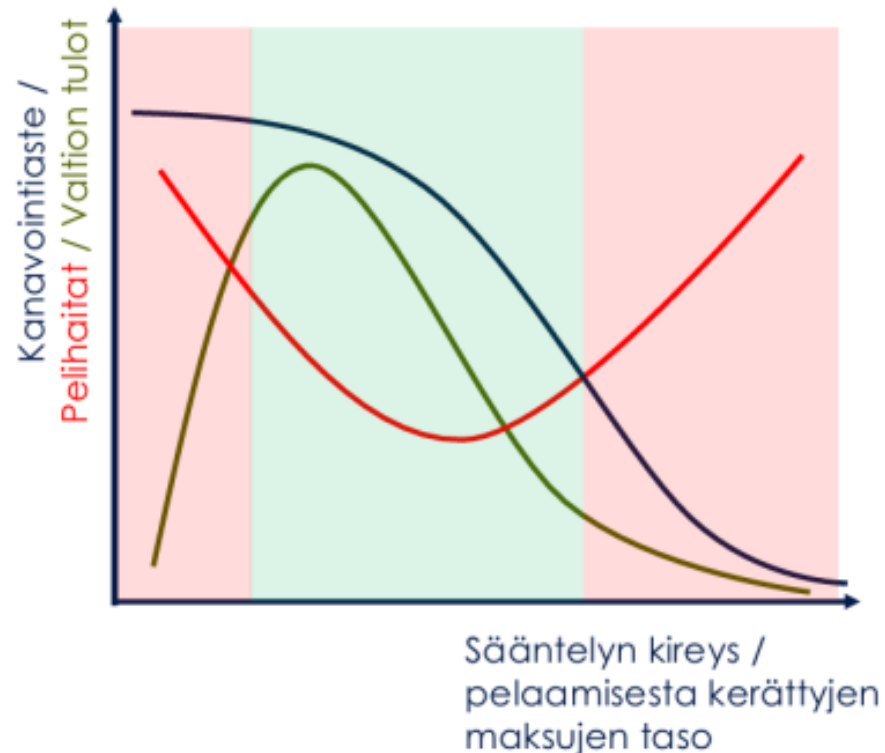


Lähde: ATG, 2023

Alhainen kanavointiaste =

- Huono kuluttajansuoja (pelihaitat)
- Valvonnan heikkous
- Alhainen verokertymä
- Lisenssin omaavien yhtiöiden heikko kannattavuus
- Heikko ymmärrys rahapelialan markkinadynamiikasta
- Kilpailuneutraliteetin puute

Sääntelyn tulee olla tasapainossa kanavoinnin, pelihaittojen ja valtion tuottojen näkökulmasta



- Jos lisenssijärjestelmä ja siinä sallittu toiminta on liian rajattua, ulkomaalaisia operaattoreita ei kannusteta hakemaan lisenssiä, joka johtaa alempaan kanavointiasteeseen.
- **Järjestelmän ulkopuoliset pelihaitat ovat lisenssijärjestelmässäkin sääntelyn ulottumattomissa.**
- Markkinointi on tärkeä väline ohjaamaan kuluttajat säänneltyyn markkinaan. **Markkinoinnin tulee olla lähtökohtaisesti sallittua lisenssinhaltijoille**, mutta samalla markkinointia tulee säädellä peliongelmiin torjumiseksi.

Lähde:

Sisäministeriön työryhmän raportti 04/2023

Säätelyehdotuksia, jotka vesittäisivät uudistuksen tavoitteet

Markkinointikielto tai pyrkimys siihen pitkällä aikavälillä

- Merkittävä negatiivinen vaikutus Suomen markkinan kiinnostavuuteen kansainvälisten operaattorien näkökulmasta.
- Johtaisi matalaan kanavointiasteeseen ja uudistuksen epäonnistumiseen.

Universaalit talletus- / tappiorajat

- Romahduttaisivat järjestelmän tuotot ja kanavointiasteen.
- Tavoite pelihaittojen torjumisesta kääntyy itseään vastaan. Ongelmapelaajat siirtyvät rajan täyttymisen jälkeen pois järjestelmän piiristä, eikä heitä saada helposti palaamaan säännellyn pelaamisen piiriin.
- Ongelmapelaajat ovat ja jäävät tällöin myös pois avun ja vastuullisen pelaamisen työkalujen piiristä.

Sponsoroinnin rajoittaminen osittain tai kokonaan

- Ei tue uudistuksen tavoitteita. Suurimpana häviäjänä olisi suomalainen urheilu ja tapahtumateollisuus.
- Vedonlyöntiyhtiöiden houkuttelemisen säänneltyyn markkinaan on avainasemassa korkean kanavointiasteen saavuttamisessa.
- Sponsoroinnin ei voida olettaa lisäävän haittoja enemmän verrattuna johonkin toiseen markkinoinnin muotoon, eikä sen rajoittaminen näin ollen ole perusteltu tai tehokas tapa vähentää pelihaittoja.