

Asia: VN/27332/2023

Lausuntopyyntö ehdotuksesta hallituksen esitykseksi eduskunnalle uutta rahapelijärjestelmää koskevaksi lainsäädännöksi

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?

Esitetty sääntelykokonaisuus on pääosin onnistunut tasapainoilemaan korkean kanavointiasteen mahdollistamisen ja erilaisten pelihaittojen ehkäisemisen ja vähentämisen välillä sekä kerryttämään verotuloja valtiolle. Korkean kanavointiasteen saavuttamisen edellytyksenä on oikeus markkinoida luvallisia pelituotteita. Tältä osin esitys on onnistunut, ja luonnoksessa esitetyt ratkaisut tukevat kotimaisten medioiden toimintaedellytyksiä suhteessa kansainvälisiin kilpailijoihin.

Markkinoinnin sääntelyyn esitysluonnoksessa valittu yleinen lähtökohta on oikea. Sanoma näkee tärkeäksi, että markkinointia voidaan toteuttaa laajasti erilaisilla tavoilla ja eri kanavissa ilman eri kanavia eriarvoistavia ajallisia tai määrällisiä rajoituksia. Kotimainen media toimii vastuullisesti ja maltillisesti, kun sen sijaan kansainvälisten alustajättien mainoskäytännöt ovat kirjavampia. Olennaista on, ettei markkinoinnin rajoituksilla aseteta vastuullisia mediatoimijoita ja pelitoimiluvanhaltijoita epäedulliseen asemaan suhteessa kansainvälisiin mainontapalveluita tuottaviin alustajätteihin tai lisenssijärjestelmän ulkopuolelle jääviin toimijoihin.

Markkinoinnin rajoittaminen vain toimiluvanhaltijan itse tekemään markkinointiin, markkinoinnin kiellot alaikäisille sekä peliestoja tai markkinointikielloja asettaneille ovat oikeasuuntaisia vähentämään haitallista markkinointia. Esitettyjen rajoitusten tulee kuitenkin olla selkeärajaisia eikä markkinointiin liittyvien vaatimuksien tule liiallisesti estää tai hankaloittaa toimiluvanhaltijoiden markkinointia suhteessa toimilupajärjestelmän ulkopuolisiin toimijoihin, esimerkiksi alalla yleisten markkinointikeinojen (kuten pelirahan ja ilmaispelien tarjoaminen) maltillista sallimista voisi harkita.

Mainonnalle ei tule asettaa sitä käytännössä mahdottomaksi tekeviä rajoituksia. Esimerkiksi TV- ja radiomainonnalle, jakelutavasta riippumatta, ei tule asettaa liiallisia informointivelvoitteita mainonnan yhteydessä, eikä digitaaliselle mainonnalle liiallisia rajoituksia.

Lisenssijärjestelmän houkuttelevuuden kannalta ja korkean kanavointiasteen saavuttamiseksi, Sanoma kannustaa harkitsemaan totopelien vapauttamista kilpailulle.

Lausunnon päähuomiot:

1. Orpon hallitusohjelman mukaan laki tulisi saattaa voimaan 1.1.2026. Tästä poiketen laki tulisi vain tietyltä osin voimaan 1.1.2026, ja kaikki toimiluvanalainen toiminta olisi mahdollista aloittaa vasta 1.1.2027. Laki tulisi pyrkiä saattamaan kokonaisuudessaan voimaan 1.1.2026. Mikäli tämä viivästyy, tulisi markkinointitoimenpiteiden osalta lain voimaantuloa tarkistaa siten, että mainonta olisi mahdollista jo ennen 1.1.2027, mikäli toimilupa myönnetään ennen kyseistä ajankohtaa.
2. Sanoma pitää yleisiä rahapelin markkinointia koskevia linjauksia pääosin onnistuneina. Markkinointi on olennainen tekijä peliyhtiöille niiden arvioidessa kiinnostustaan hakea lisenssiä. Selkeä ja ennakoitava markkinoinnin sääntelykehys kannustaa hakemaan lisenssiä. Toimiluvanhaltijoiden ja muiden toimijoiden välistä suhdetta ja vastuita mainonnasta tulisi kuitenkin selventää.
3. Lakiehdotuksen mukaan rahapelejä ja toimiluvanhaltijaa saa markkinoida, jos markkinointi on määrältään, laajuudeltaan, näkyvyydeltään ja toistuvuudeltaan maltillista sekä välttämätöntä rahapelikysynnän ohjaamiseksi tämän lain nojalla harjoitettavaan rahapelite toimintaan. Markkinointi on lähtökohtaisesti aina välttämätöntä, jotta toimija voi erottautua kilpailijoistaan ja ohjata asiakkaita sen palveluihin. Toimiluvanhaltija itse arvioi markkinoinnin välttämättömyyttä suhteessa kilpailijoihin ja omaan markkina-asemaansa. Esitys jättää epäselväksi, mitä kriteerejä vastaan viranomaisen arvioisi markkinoinnin välttämättömyyttä. Esitämme, että välttämättömyyskriteeri poistetaan laista.
4. Sanoman näkemyksen mukaan kielto kohdistaa markkinointia alaikäisiin tai haavoittuvassa asemassa oleviin, kuten rahapeliriippuvaisiin, on yleisellä tasolla perusteltu ja pääosin onnistunut. Oikeusvarmuutta kuitenkin parantaisi nyt ehdotettua selkeämpi linjaus siitä, mitä sanoilla kohdistaa ja suunnattu käytännössä tarkoitetaan ehdotetun 50 §:n osalta. Kieltoa kohdistaa tulee täsmentää siten, että se koskee tietoista ja nimenomaista kohdentamista sen perusteella, että kohde on alaikäinen tai haavoittuvassa asemassa oleva.
5. Rahapeliin suoramarkkinointi (51 §) olisi mahdollista vain nimenomaisen suostumuksen antaneille henkilöille. Sanoma olettaa, että tässä kohden on ollut tarkoitus säädellä toimiluvanhaltijoiden pelaajilleen tekemää kohdennettua mainontaa eikä puuttua medioiden toimintaan vaikeuttamalla niiden tekemää digitaalista mainontaa. Tämä olisi kuitenkin tarpeen vähintään perusteluissa selkeyttää oikeusvarmuuden varmistamiseksi 51 §:n yhteydessä tarkemmin kuvatuksi. Hallitusohjelman mukaisesti kohdistaminen tulee rajoittaa henkilökohtaiseen markkinointiin.

2. Esityksen pääasialliset vaikutukset

Voitte kertoa näkemyksenne esitysluonnoksen vaikutusten arvioinnista.

-

a. Rahapelilain 1 luku – Yleiset säännökset

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

Ei kommentoitavaa määrittelyihin tai muihin yleisiin pykäliin.

b. Rahapelilain 2 luku – Yksinoikeustoimilupa, rahapelitoimilupa ja peliohjelmistotoimilupa

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

Sanoma kannattaa mahdollisimman laajan pelitarjonnan avaamista kilpailulle. Median oman vastuun kannalta on ensiarvoisen tärkeää pystyä tunnistamaan sallitut pelituotteet ja niiden mainokset. Yksinoikeuden piiriin jäävien ja kilpailulle vapautettujen pelien erottamisen toisistaan tulisi olla helppoa ja yksiselitteistä. Mitä selkeämpi jaottelu sallittuihin ja yksinoikeuden piiriin jäävien pelien välillä on (esimerkiksi eri hevospelien erottaminen toisistaan), sitä helpompi medioiden on tunnistaa, mikä mainos on sallitun ja mikä laittoman pelityypin mainontaa. Tämä luo välttämätöntä oikeusvarmuutta kaikille osapuolille.

Toimiluvan myöntämisen ehtojen ja toimiluvan sisällön on oltava ennakoitavissa. Ehdotuksen mukaan toimiluvassa olisi mainittava erikseen sallitut markkinointikeinot- ja -tavat (14§), jotka on erikseen jo lueteltu laissa (luku 4). Tämä antaa ymmärtää, että toimiluvassa voitaisiin vielä rajoittaa markkinointitapoja siitä, mitä itse laissa on todettu. Lopullisen lain asettamien rajoitusten tulisi olla itsessään riittävät. Eri toimijoiden toimiluvissa sallitut markkinoinnin muodot voisivat asettaa rahapeliyhtiöitä keskenään epätasa-arvoiseen asemaan. Markkinointi on olennainen tekijä peliyhtiöille niiden arvioidessa kiinnostustaan hakea lisenssiä. Selkeä ja ennakoitava markkinoinnin sääntelykehys kannustaa hakemaan lisenssiä. Jatkovalmistelussa tulisi kiinnittää huomiota siihen, ettei valvojan viranomaisen harkintavalta ole perusteettoman laaja toimijoiden oikeusvarmuuden näkökulmasta.

c. Rahapelilain 3 luku – Rahapeliin toimeenpano

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

Jatkovalmistelussa tulisi arvioida pelirahojen ja ilmaiskierrosten maltillista sallimista, koska niiden avulla kuluttajat voivat tutustua lisensoituihin pelituotteisiin. Tämä olisi omiaan sekä nostamaan kanavointiasetta että kohdentamaan pelaamista lisensoituihin tuotteisiin.

Ehdotuksen mukaan valtioneuvosto voisi asetuksella säätää tappiorajojen asettamisesta toimiluvanhaltijoille koskien raha-automaattipelejä, sähköisesti välitettäviä kasinopelejä, sähköisiä pokeripelejä ja sähköisiä rahapelibingoja ja sisäministeriö voisi antaa asetuksia muista rahapelejä koskevista rajoituksista. Asetuksenantovaltuus lisää oikeudellista epävarmuutta määrättävistä tappiorajoista ja muista rahapelejä koskevista reunaehdoista. Rajojen tulee olla tiedossa hyvissä ajoin ennen lain voimaantuloa ja niiden tulisi luoda oikeusvarmuutta pidemmäksi aikaa siten, että niiden muuttaminen olisi mahdollista vain perustellusta syystä, kuten esimerkiksi lain voimaantulon jälkeen voimakkaasti lisääntyneiden pelihaittojen torjumiseksi. Tappiorajojen ja muiden reunaehtoien määrittelyssä ja niiden muuttamisessa tulisi huomioida niiden vaikutus pelaajien halukkuuteen pelata toimiluvallisia pelejä.

d. Rahapelilain 4 luku – Rahapelien markkinointi

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

Sanoma pitää yleisiä rahapelin markkinointia koskevia linjauksia pääosin onnistuneina. Sanoma pitää uudistuksen tavoitteiden saavuttamisen kannalta välttämättömänä, että rahapelimainonta sallitaan laajasti erilaisissa markkinointikanavissa toimiluvanhaltijan itsensä toimesta ja ilman ajallisia tai määrällisiä rajoituksia. Mainonnan salliminen TV- ja radiotoiminnassa sekä sähköisessä ja painetussa mediassa on omiaan nostamaan kanavointiastetta sekä tasapainottamaan kotimaisen median asemaa suhteessa kansainvälisiin kilpailijoihin.

Toimiluvanhaltijoiden ja muiden toimijoiden välistä suhdetta ja vastuita mainonnasta tulisi selventää. On epäselvää, missä määrin yksittäinen pykälä velvoittaa kutakin markkinoinnin toimijaa, mikä aiheuttaa epävarmuutta etenkin huomioiden 7 ja 9 lukujen kiellot ja seuraamukset. Esityksen jatkovalmistelussa tulisi määritellä toimiluvanhaltijan vastuut selvemmin suhteessa esimerkiksi median vastuisiin ja kiinnittää huomiota toimiluvanhaltijoiden ensisijaiseen vastuuseen mainonnasta siten, ettei medialle aiheutuisi kohtuuttomia vastuita tai seuraamuksia yksittäisen rahapeliyhtiön mainonnasta ja niiden sisällöstä. Eräissä tapauksissa jäljempänä avatusti medialla ei ole riittäviä tietoja toimiluvan haltijan toiminnasta mainonnan sisällön valvomiseksi (esim. pelaajan itse asettamat toimiluvanhaltijakohtaiset pelikiellot tai pelaajan aktiivisuus). Medialle ei myöskään tule käytännössä asettaa velvoitetta tuntea toimiluvanhaltijan toimiluvan sisältöä tai sen toimintaa koskevia muita viranomaisrajoitteita esimerkiksi mainonnan kohdentamisen rajaamiseksi tai sallitun mainonnan määrittämiseksi. Median roolia ei pidä rinnastaa valvovaan viranomaiseen.

i) Maltillinen ja välttämätön markkinointi (48 §)

Lakiehdotuksen mukaan rahapelejä ja toimiluvanhaltijaa saa markkinoida, jos markkinointi on määrältään, laajuudeltaan, näkyvyydeltään ja toistuvuudeltaan maltillista sekä välttämätöntä rahapelikysynnän ohjaamiseksi tämän lain nojalla harjoitettavaan rahapelitoimintaan. Voimassa olevasta arpajaislainsäädännöstä käytännössä suoraan kopioitu 48 §:n 2 momentti ei kuitenkaan muotoilultaan sellaisenaan sovellu yksinoikeuden purkamisen jälkeiseen kilpailutilanteeseen.

Markkinointi on lähtökohtaisesti aina välttämätöntä, jotta toimija voi erottautua kilpailijoistaan ja ohjata asiakkaita sen palveluihin. Toimiluvanhaltija itse arvioi markkinoinnin välttämättömyyttä suhteessa kilpailijoihin ja omaan markkina-asemaansa. Esitys jättää epäselväksi, mitä kriteerejä vastaan viranomaisen arvioisi markkinoinnin välttämättömyyttä. Kuten hallituksen esityksessä on (s.33) todettu, jättävät tämäntyyppiset rajoitukset viranomaiselle tulkintavaltaa. Sanoma näkee ongelmallisena, mikäli viranomaiselle annetaan huomattavan laajasti valtaa päättää, minkälainen markkinointi voidaan tulkita välttämättömäksi etenkin, kun kaikelle tämän luvun 4 vastaiselle markkinoinnille voidaan asettaa seuraamusmaksu. Sanoma ehdottaa, että liiallisen ja vaikeasti ennalta arvattavan tulkinnanvaraisuuden poistamiseksi, välttämättömyyttä koskeva ohje poistetaan kokonaisuudessaan markkinointia toteuttavien toimijoiden velvoitteista.

ii) Sallitut markkinointitavat (48 §)

Sanoma toteaa, että urheilu- ja yleisötapahtumissa markkinointi on tyypillisesti luonteeltaan ulkomainontaa tai siihen verrattavissa olevaa mainontaa tapahtumapaikasta riippuen. Ehdotetun 48 §:n mukaisten sallittujen markkinointitapojen listaa voisi selvyuden vuoksi tarkentaa siten, että myös urheilu- ja yleisötapahtumissa ja niiden välittömässä läheisyydessä rahapelien ulkomarkkinointi on sallittua.

iii) Kielletyt markkinointikeinot ja -tavat (49§)

Ehdotetut kielletyt markkinointitavat ja keinot pitkälti vastaavat tällä hetkellä Veikkauksen yksinoikeudella suorittamalle mainonnalle asetettuja rajoituksia, jotka ovat pääosin kohtuullisia. Sanoman käsityksen mukaan muut 49 §:n kohdat riittäisivät jo itsessään ohjaamaan markkinointia vastuulliseksi ja ehdottaa 49§:n 1 momentin 14. kohdasta luopumista.

Ehdotettu 49 §:n 8 kohta kieltäisi erilaisten tarjousten (bonusmarkkinoinnin) käyttämisen. Bonuskierrosten ja -rahan käyttäminen markkinoinnissa on hyvin yleinen rahapelien markkinoinnin muoto. Bonusten tavallisimpia muotoja ovat talletusbonukset, no deposit -bonukset, kampanjabonukset, ilmaiskierrokset ja ilmainen peliraha, erilaiset kilpailut ja arvonnat, joiden tarkoituksena on ohjata pelaajia lisenssijärjestelmän piiriin sekä toimia kilpailuelementtinä yritysten välisessä kilpailussa.

Toisin kuin esitysluonnoksen perusteluissa on todettu, bonusmarkkinointi ei ole automaattisesti luonteeltaan aggressiivista, vaikka on totta, että se monimuotoisuutensa vuoksi voi joskus olla sellaista. Perustellumpaa olisi sallia bonusmarkkinointi siten, että vain aggressiivisiksi katsottavat bonusmarkkinointimenettelyt olisivat kiellettyjä ja toisaalta maltilliset ilmaiskierrokset ja pelirahat olisivat sallittuja. Muussa tapauksessa on riskinä, että pelaajat ennemmin pelaavat toimilupajärjestelmän ulkopuolisia rahapelejä, koska niiden osalta bonusmarkkinointia todennäköisesti jatketaan.

iv) Markkinoinnin kohdistaminen (50 §)

Sanoman näkemyksen mukaan kiello kohdistaa markkinointia alaikäisiin tai haavoittuvassa asemassa oleviin on yleisellä tasolla perusteltu ja pääosin onnistunut. Oikeusvarmuutta kuitenkin parantaisi nyt ehdotettua selkeämpi linjaus siitä, mitä sanoilla kohdistaa ja suunnattu käytännössä tarkoitetaan ehdotetun 50 §:n osalta. Esitysluonnoksessa esimerkiksi todetaan ulkomainonnan kohdistuvan kaikkiin ohikulkijoihin eli sikäli myös alaikäisiin (s. 148), kun taas tapahtuman todetaan kohdistuvan alaikäisille, kun osallistujat ja yleisö ovat lähes kokonaisuudessaan alaikäisiä (s. 226). Kieltoa kohdistaa tulee täsmentää siten, että se koskee tietoista ja nimenomaista kohdentamista sen perusteella, että kohde on alaikäinen tai haavoittuvassa asemassa oleva.

Sääntelyn selkeyttämiseksi ehdotamme, että myös ehdotetun 50 §:n 3 momentin tulkintaohjeissa todettaisiin, että palvelun tai listatun median voidaan katsoa olevan suunnattu alaikäisille vain, jos kyseisen verkkosivun tai palvelun yleisö on lähes kokonaisuudessaan alaikäisiä ja/tai median ensisijainen kohderyhmä on alaikäiset. Ehdotamme kyseisen lainkohdan sanamuodon muuttamista muotoon, jossa tämä lähtökohta tulisi paremmin ilmi (esimerkiksi muotoon: "...joka on erityisesti suunnattu alaikäisille").

v) Suoramarkkinointi ja kohdennettu mainonta (51 §)

Rahapeliin suoramarkkinointi olisi mahdollista vain nimenomaisen suostumuksen antaneille henkilöille. Suoramarkkinointi tarkoittaa HE-luonnoksen perustelujen mukaan markkinointiviestintää, joka kohdennetaan suoraan vastaanottajalle muun muassa puhelimitse, tekstiviestitse, sähköpostitse tai postitse. Tarkoituksena on ollut henkilökohtaisen markkinoinnin kieltäminen ilman henkilön suostumusta, mitä Sanoma lähtökohtaisesti kannattaa.

Ehdotetussa 51 §:n 3 momentin hallituksen esityksen perustelujen mukaan kuitenkin mitään markkinointia saisi kohdentaa pelaajalle, joka on asettanut itselleen kaikkea pelaamista koskevan eston tai joka ei ole pelannut rahapeliyhteisön pelejä edellisen kahden vuoden aikana. Perusteluiden mukaan tällaista kiellettyä kohdennettua mainontaa olisi myös mm. kohdennettu display- ja hakusanamainonta. Näin merkittävä laajennus suoramarkkinointiin siten kuin se nykyisessä lainsäädännössä ymmärretään, ei nähdäksemme voi olla vain hallituksen esitystekstissä, ja jäljempänä kuvatuksi kiello on myös käytännössä mahdoton toteuttaa.

Sanoma olettaa, että tässä lainkohdassa on ollut tarkoitus säädellä toimiluvanhaltijoiden pelaajilleen tekemää kohdennettua mainontaa eikä puuttua medioiden toimintaan vaikeuttamalla niiden tekemää digitaalista mainontaa. Ehdotetussa laajuudessa kohdentamisen kiello olisi käytännössä mahdotonta toteuttaa toimiluvanhaltijan ulkopuolisten toimijoiden, kuten mediayhtiöiden, toimesta, koska näkyvyyttä pelaajien passiiviteettiin tai toimiluvanhaltijan järjestelmissä asettamiin kielloihin ei ole, emmekä näe, että asiaa tulisi myöskään ratkaista siten, että toimiluvanhaltija olisi

velvollinen toimittamaan mainonnan toteuttajille, kuten mediayhtiöille tällaisia henkilötietoja vain tähän tarkoitukseen.

Datapohjainen median toteuttama kohdennettu mainonta on Sanoman käsityksen mukaan lain hengen mukaista, koska kohdentamisella voidaan säädellä mainonnan volyyymia, sulkea Sanoman omissa järjestelmissä yleisiä markkinointikieltoja antaneita henkilöitä mainonnan ulkopuolelle ja suojata alaikäisiä. Mitä enemmän mainontaa voidaan kohdentaa, sitä vähemmän laajamittaista ja turhaa markkinointia tehdään. Mediayhtiöiden kohdennettu mainonta ei myöskään ole sellaista yksilöihin kohdistuvaa henkilökohtaista mainontaa, jota suoramarkkinoinnin kiellolla on pyritty rajoittamaan.

Sanoma ehdottaakin, että selvyuden vuoksi 51 §:n 3 ja 4 momentti rajataan koskemaan vain suoramarkkinointia, eli puhelin- ja sähköistä suoramarkkinointia: ”Toimiluvanhaltija ei saa kohdistaa puhelinmarkkinointia tai sähköisen viestinnän palvelulain 200 §:n mukaista sähköistä suoramarkkinointia pelaajalle, joka on asettanut itselleen kaikkea pelaamista koskevan eston tai joka ei ole pelannut rahapeliyhteisön pelejä edellisen kahden vuoden aikana” ja myös 4 momenttiin tulisi tehdä vastaavanlainen täsmennys. Vaihtoehtoisesti mainittuja lain kohtia tulisi muuttaa siten, että ne selkeämmin koskevat ainoastaan toimiluvanhaltijan verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa tekemää markkinointia.

vi) Markkinoinnissa yhteydessä annettava informaatio (52 §)

Lainkohdassa ehdotetut mainonnan yhteydessä annettavaa informaatiota koskevat vaatimukset eivät saa muodostua käytännössä markkinointia kohtuuttomasti hankaloittaviksi. Informaatiovaatimusten käytännön toteutuksen tekeminen voi muodostua hankalaksi riippuen markkinointikanavasta. Esimerkiksi radiomainonnassa kaikkien ehdotetussa listattujen tietojen esittäminen veisi huomattavan paljon aikaa lyhyestä mainosspotista ja voisi käytännössä tehdä radiomainonnasta kannattamatonta. Tietojen antamisen tulisikin olla toteutettavissa kohtuullisin toimin ja kunkin mediamuodon mahdollistamissa rajoissa.

Esimerkiksi kunkin mainoksen kohdalla riittävää tulisi olla yleisluontoinen tieto toimiluvan olemassaolosta ja haltijasta, ilman tarvetta yksityiskohtaisempien tietojen antamiselle toimiluvan sisällöstä tai valvovasta viranomaisesta. Myös tieto pelaamisen hallinnan välineistä ja rahapeliongelmiin apua tarjoavista palveluntuottajista tulisi voida antaa yleisluontoisella tavalla ja esimerkiksi linkillä tai verkkosivun osoitteella lisätietoihin. Tällainen mieleen jäävä verkkosivu olisi todennäköisesti myös tehokkaampi tapa viestiä kyseinen informaatio kuin pitkä listaus, joka väistämättä tulee yleisölle nopealla tahdilla mainoksen yhteydessä. Vastaava käytäntö on ollut toimiva mm. Veikkauksen radiomainonnassa.

vii) Sponsorointi (53 §)

Sponsoroinnin salliminen vain täysi-ikäisille suunnatusti on lähtökohtaisesti kannatettava linjaus. Sponsoroinnin salliminen riittävässä laajuudessa on merkityksellinen korkean kanavointiasteen saavuttamisessa. Sponsorointi on myös merkittävä tulonlähde esimerkiksi urheiluseuroille ja sen laajempi myönteinen yhteiskuntavaikutus tulisi huomioida tasapainoisesti. Perusteluissa esitetty linjaus siitä, että tapahtuma olisi suunnattu alaikäisille, jos osallistujat ja yleisö olisivat lähes kokonaisuudessaan alaikäisiä selkiyttää sallitun sponsoroinnin laajuuden arviointia. Pidämme tätä tulkintaa hyvänä ja riittävän ohjaavana.

e. Rahapelilain 5 luku – Valvonta

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

-

f. Rahapelilain 6 luku – Valvontamaksu

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

-

g. Rahapelilain 7 luku – Rahapeli-toiminnan ja -markkinoinnin kieltäminen

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

Markkinoinnin kieltö 73§

Ehdotetun 73 §:n mukaan valvontaviranomainen voisi kieltää rahapelien markkinoinnin, jos rahapelien markkinointia koskevia säännöksiä rikotaan. Luonnoksessa ehdotettu kieltö on kirjoitettu laajasti ja kiellon käyttämiseen ”ei tulisi olla erityisen korkea kynnyksi”. Nykyisen sanamuodon perusteella kiellon määrääminen voisi siten olla mahdollista myös vähäisten rikkomusten kohdalla. Sanoma katsoo, että kiellon määräämisen edellytyksenä tulisi olla, että rikkomus on tahallista, jatkuvaa eikä toimija ole kehotuksesta huolimatta muuttanut toimintaansa. Nykymuodossaan ehdotettu pykälä on erittäin tiukka ja antaa viranomaisille rahapelialan toimijoiden suhteen hyvin laajan harkintavallan paitsi kiellon määräämisen että sen sisällön suhteen (kuten kiellon pituuden määrittämiseen) ja siten vaarantaa alan toimijoiden oikeusvarmuuden ja tasavertaisen kohtelun.

Hallituksen esityksen perusteluiden perusteella tarkoituksena olisi ollut ulottaa kieltö lähtökohtaisesti vain toimiluvanhaltijoihin ja toisaalta järjestelmän ulkopuolisiin laittomiin toimijoihin. Tältä osin näemme tärkeäksi selventää lain kohdan muotoilua siten, että ”elinkeinonharjoittaja, joka markkinoi pelejä” tarkoittaisi nimenomaisesti tällaisia toimijoita eikä esimerkiksi toimiluvanhaltijan markkinointia julkaisevaa tahoja, kuten media-yhtiötä. Kielto määräys julkaisevalle taholle olisi kohtuuton toimenpide, etenkin kun aiemmin kuvastettiin esimerkiksi media-yhtiöllä ei välttämättä ole tietoja esimerkiksi toimiluvanhaltijakohtaisista viranomaisen

asettamista markkinoinnin lisärajoituksista. Julkaisevan tahon osalta riittävä toimenpide on lain 79 §:ään ehdotettu poistomääräys.

h. Rahapelilain 8 luku – Maksuliikenteen ja verkkoliikenteen estäminen ja verkkosisällön poistaminen

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

-

i. Rahapelilain 9 luku – Seuraamukset

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

Ehdotetussa 85 §:ssä säädettäisiin seuraamusmaksun määräämisestä tilanteissa, joissa toimiluvanhaltija, elinkeinonharjoittaja tai luonnollinen henkilö tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö 4. luvussa esitetyjä markkinointia koskevia ehtoja. Ehdotettu seuraamusmaksu on suuruudeltaan merkittävä.

Rahapeliuudistuksessa on kyse uudesta laillisesta elinkeinotoiminnasta ja sitä valvovasta uudesta viranomaisesta. Lain tulkinnat tulevat muodostumaan ajan mittaan ja vuoropuhelu viranomaisen ja toimijoiden välillä on välttämätöntä kohtuullisten ja toimivien tulkintojen aikaansaamiseksi. Tämän vuoksi Sanoma ehdottaa, että 85 §:n 1 momenttia muutetaan muotoon ”Seuraamusmaksu voidaan määrätä sille toimiluvanhaltijalle, elinkeinonharjoittajalle tai luonnolliselle henkilölle, joka tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö, eikä kohtuullisessa ajassa ole korjannut toimintaansa:)-“.

Seuraamusmaksua määrättäessä tulee lisäksi huomioida toimiluvanhaltijan ensisijainen vastuu markkinoinnista.

j. Rahapelilain 10 luku – Valtionavustukset pelihaittojen ehkäisyyn ja vähentämiseen

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

-

k. Rahapelilain 11 luku – Sosiaali- ja terveysministeriön hallinnonalan tehtävät rahapelihaittojen ehkäisyssä ja vähentämisessä

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

-

I. Rahapelilain 12 luku – Muutoksenhaku

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

-

m. Rahapelilain 13 luku – Voimaantulo- ja siirtymäsäännökset

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

Orpon hallitusohjelman mukaan laki tulisi saattaa voimaan 1.1.2026. Tästä poiketen laki tulisi vain tietyltä osin voimaan 1.1.2026, ja kaikki toimiluvanalainen toiminta olisi mahdollista aloittaa vasta 1.1.2027.

Laki tulisi pyrkiä saattamaan kokonaisuudessaan voimaan 1.1.2026. Mikäli tämä viivästyy, tulisi markkinointitoimenpiteiden osalta lain voimaantuloa tarkistaa siten, että mainonta olisi mahdollista jo ennen 1.1.2027, mikäli toimilupa myönnetään ennen kyseistä ajankohtaa. Kun rahapeliyhtiöille voidaan myöntää toimilupia ennen rahapeliliiketoiminnan sallittua aloittamista tulisi näiden toimilupia saavien rahapeliyhtiöiden pystyä myös ilmoittamaan tuotteistaan ja markkinoille tulostaan ennen rahapeli-toiminnan varsinaista aloittamista. Lisäksi niin kauan kuin luvanvarainen markkinointi ei ole sallittua, markkinointia tekevät Veikkauksen lisäksi laittomat toimijat. Mitä nopeammin toimiluvalliset toimijat pääsevät mainostamaan, sitä vähemmän lain vastaista mainontaa on.

n. Arpajaislain muutosehdotukset

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

-

o. Muut lakiehdotukset

Voitte kirjoittaa vastauksenne alla olevaan tekstikenttään

-

4. Muut mahdolliset näkemykset ja huomiot esitysluonnoksesta

Onko teillä muita näkemyksiä tai huomioita esitysluonnoksesta?

-

