

ASIA: Lausuntopyyntö selvityksestä Suomen malli tilausohjelmalveluiden investointivelvoitteeksi (VN/33859/2023)

Opetus- ja kulttuuriministeriö ("OKM") on teettänyt selvityksen arvioidakseen ("Selvitys") tilausohjelmalveluille kohdistettavan investointi- tai maksuvelvoitteen käyttöönoton ja eri toteuttamisvaihtoehtojen (suora investointivelvoite, rahastomalli sekä investointivelvoitteen ja rahaston hybridimalli) taloudellisia vaikutuksia kotimaiselle audiovisuaaliselle markkinalle ja alan kasvumahdollisuuksille. Sanoma Media Finland Oy ("Sanoma") kiittää mahdollisuudesta lausua, ja esittää näkemyksensä seuraavaa:

Tiivistelmä

Sanoma esittää, että selvityksen mukaista Suomen mallia ei toteuteta ehdotetulla tavalla.

1. Ensisijaisesti investointi- tai rahastovelvoitetta ei oteta käyttöön lainkaan.
2. Toissijaisesti, toteutetaan määrältään vähäinen (esim. 2,5 % liikevaihdosta) "kulttuurivero" vain kansainvälisille toimijoille. Rahastoon kerättävällä kulttuuriverolla tuetaan kotimaisten kaupallisten TV-kanavien ohjelmatilauksia kotimaisilta tuotantoyhtiöiltä. Tuki voidaan tällöin myöntää joko suoraan TV-kanavalle tai tuotantoyhtiölle, jolta ohjelmatuotannot tilataan.

Taustaa

Digitaalisille alustapalveluille on ominaista, että ne globalisoituvat ja että suurin osa käyttäjistä tilaavat vain yhtä tai muutamaa palvelua. Yhdysvaltalainen Netflix perustettiin vuonna 1997, ja Suomessa Netflix aloitti syksyllä 2012. Tämän jälkeen on ilmaantunut myös muita toimijoita.

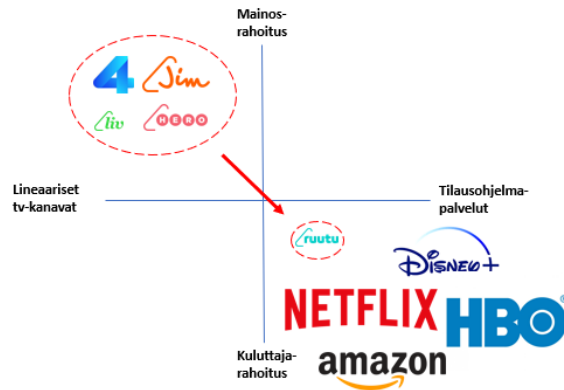
Netflix hankkii elokuvat ja sarjat tuotanto- ja levitysyhtiöiltä tavallisten televisiokanavien tapaan. Lisäksi Netflix tuottaa runsaasti omia ns. alkuperäissarjoja. Netflix on nopeasti vallannut markkinoita. Globaalisti Netflixillä on 270 miljoonaa asiakasta, ja tänä vuonna (2024) kasvu edelliseen kvartaaliin oli peräti 16 %. Netflix on tilausohjelmatoiminnan lisäksi laajentunut myös mainosmarkkinalle. Netflix ei ole ainoa kansainvälinen tilausohjelmalveluita tarjoava. Muita vastaavia Suomessa toimivia ovat mm. Disney, Amazon ja HBO. Myös nämä palvelut ovat laajentumassa mainosmarkkinalle.

Kotimaiset televisiotoimijat panostavat eniten kotimaisiin AV-sisältöihin. Arvion mukaan noin 70 % kaikista kotimaisista AV-sisällöistä on televisiokanavien tilaamia ja rahoittamia.

Käynnissä oleva digitaalinen transformaatio vaikuttaa voimakkaasti television katseluun. Suomessa televisiosisältöjen kulutus siirtyy lineaaristen mainosrahoitteisten kanavien

katselusta kohti kuluttajamaksullisia tilausohjelmapalveluita. Tässä muuttuvassa markkinatilanteessa kotimaiset televisioyhtiöt joutuvat kilpailemaan kansainvälisten tilausohjelmapalveluiden tarjoajien kanssa samoista kuluttajista, sisällöistä ja tilaajatuotoista.

KUVA: TV-kanavien transformaatio mainosrahoituksesta tilaajarahoitukseen



Kansainväliset tilausohjelmapalvelut kaventavat olennaisesti kotimaisten televisioyhtiöiden kykyä tavoittaa kuluttajia, saada tilaajamaksuja ja niillä tuloilla tilata uusia kotimaisia AV-sisältöjä. Nämä ylikansalliset tilausohjelmapalveluita tarjoavat toimivat huomattavasti suuremmilla resursseilla kotimaisiin toimijoihin nähden,

Kansainvälinen kilpailu pienentää kotimaisten toimijoiden myyntiä ja vähentää siten kotimaisten toimijoiden kykyä investoida uusiin sisältöihin. Kotimaiset toimijat kilpailevat pääasiassa kotimaisilla sisällöillä, ja siksi vähentyneiden investointien vaikutus kohdistuu lähes täysmääräisesti nimenomaan kotimaisiin AV-sisältöihin.

Orpon hallituksen hallitusohjelmassa on asetettu tavoitteeksi edistää reilua kilpailua mediakentällä ja digitaalisessa mainosmarkkinassa huomioiden kansainvälisten alustajättien asema. Opetus- ja kulttuuriministeriön työryhmän raportissa on osaltaan kuvattu tavoitteita, joita velvoitteen asettamisella pyritään saavuttamaan. Kotimaisen av-sisältötuotannon monimuotoisuuden ylläpitäminen on keskeinen tavoite.

Kun arvioidaan AVMS-direktiivin 13 artiklan 2 kohdan mukaisia toimia, on tärkeä hahmottaa, että AV-ala on laaja käsite, joka kattaa myös kotimaiset (kaupalliset) televisiotoimijat.

Pidämme kannatettavana, että hallitus arvioi toimia, joilla voidaan tukea ja ylläpitää laajaa ja monimuotoista kotimaista kaupallista televisiotoimintaa ja vireää innovatiivista AV-tuotantokenttää.

Eri vaihtoehtojen arviointi

Selvityksessä on viidestä toteutusvaihtoehdosta arvoitu seuraavaa kolmea:

1. Suora investointivelvoite kotimaisiin sisältöihin
2. Velvoite maksaa osa liikevaihdosta rahastoon
3. Rahaston ja investointivelvoitteen yhdistelmä

Selvityksessä ei ole arvoitua kahta jäljellä olevaa vaihtoehtoa:

4. Ei toteuteta lainkaan, mikäli hyödyt eivät ylitä haittoja
5. Kohdennetaan kansainvälisiin toimijoihin määrältään vain kohtuullinen ”kulttuurivero”, rahastosta TV-yhtiöt voivat hakea kotimaisten sisältöjen rahoitustukea.

AVMS-direktiivin (13 artikla) toteuttamiseen liittyy olennainen rakenteellinen ongelma: Kansainvälisten tilausohjelmalvelutoimijoiden aiheuttama haitta kohdistuu kotimaisten televisiotoimijoiden ansaintaan ja palveluihin, mutta haittaa kompensoitaisiin rahastotukina merkittävässä osin kansainvälisessä omistuksessa oleville tuotantoyhtiöille.

Selvityksessä ehdotettu Suomen malli

Selvityksessä ehdotetaan toteutettavaksi ratkaisu, jota kutsutaan **Suomen malliksi**:

Sen mukaan tilausohjelmalveluita tarjoavat velvoitettaisiin joko investoimaan kotimaisiin sisältöihin, tai vaihtoehtoisesti maksamaan osan (%) Suomen liikevaihdostaan rahastoon.

- Ne jotka (jo) investoivat yli 10 % liikevaihdostaan kotimaisiin sisältöihin, vapautuisivat velvoitteesta. Näitä olisivat mm. MTV ja Nelonen.
- Mikäli toimijan suorat investoinnit olisivat 5–10 % liikevaihdosta, voisi 5 % ylimenevän osuuden vähentää maksun määrästä. Esimerkiksi jos toimijan suorat investoinnit ovat 6,6 % liikevaihdosta, maksua tulee maksaa 5–1,6 % eli 3,4 %.
- Niille toimijoille, joiden suorat investoinnit sisältöihin olisivat 5 % tai vähemmän, olisi rahastomaksu 5 % liikevaihdosta.

Suomen mallin kaksi keskeisintä heikkoutta ovat:

1. Se kannustaisi ulkomaisia tilausohjelmalvelutoimijoita ryhtymään tuottamaan uusia kotimaisia sisältöjä jo ennestään ylivermaisilla resursseillaan, mikä kasvattaisi epätasapainoista kilpailua ja edelleen heikentäisi kotimaisten toimijoiden kykyä investoida AV-sisältöihin Suomessa.
2. Kansainvälisten toimijoiden ylivermaisten resurssien mukanaan tuoma kilpailupaine kohdistuu nimenomaan kotimaisiin televisioyhtiöihin, mutta mallin mukaan haitan kompensatio kohdistuisi arvoketjussa vain tuotantoyhtiöihin (kuva alla).

13 artiklan 2 kohdan osalta tulee arvioida:

1. mikä on sen toteuttamisen tavoite. Esim. ylläpitää kotimaisten kaupallisten televisioyhtiöiden kykyä jatkossakin tilata uusia kotimaisia AV sisältöjä.
2. miten ja minkä suuruisena esim. rahastovelvoite toteutetaan
3. kuka vastaa rahaston ylläpitämisestä ja varojen myöntämisestä. Tässä on aivan olennaista, että rahaston ylläpitäjän omat säännöt eivät esim. rajaa kotimaisia kaupallisia televisioyhtiötä tuen ulkopuolelle.

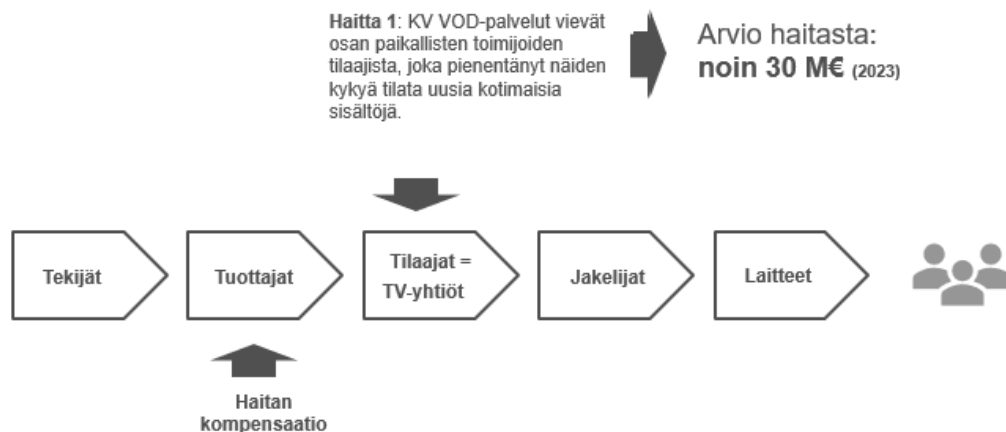
Esiselvityksessä esitetty rahaston hallinnointimalli rajoittaisi merkittävältä osin rahaston varojen käyttöä televisiosisältöjen tilaamisen tukemiseen. Sekä Suomen Elokuvasäätiön, että myös Business Finlandin tukien myöntämiskriteereihin tulisi tehdä merkittäviä uudistuksia, jotta tuki olisi mahdollistaa kohdentaa mahdollisimman tarkasti tilausohjelmalveluiden aiheuttaman haitan kompensointiin. Erityisesti seuraavat asiat ovat ongelmallisia:

- Suomen elokuvasäätiön määrärahoissa on priorisoitu teostyyppisiä elokuvia ja yksittäisiä dokumenttielokuvia.
- Business Finlandin tuotantokannustimen tavoite on kahtalainen: houkutella ulkomaisia tuotantoja Suomeen ja tukea kotimaisia projekteja, jotka ovat pystyneet hankkimaan vähintään 25 % kansainvälistä rahoitusta

On ensiarvoisen tärkeää, että käyttöön otettavat tukimallit eivät johda kilpailun vääristymiseen ja entisestään heikennä kotimaisten televisiotoimijoiden kykyä investoida kotimaisiin sisältöihin. On tärkeää tiedostaa, että kotimainen tv-toimiala on ollut kokonaisuutena tappiollinen jo useamman vuoden.

Kotimaisen televisiotoiminnan ja AV-tuotannon arvoketju

Kansainvälisten SVOD-toimijoiden aiheuttama haitta kohdistuu kotimaisten televisiotoimijoiden palveluihin, mutta haittaa kompensoitaisiin rahastotukina merkittävässä osin kansainvälisessä omistuksessa oleville tuotantoyhtiöille. Sanoma on arvioinut, että vuonna 2023 kotimaisten televisiotoimijoiden yhteenlaskettu SVOD-myynti olisi **30 miljoonaa euroa suurempi** ilman kansainvälisten SVOD-toimijoiden kilpailuvaikutusta.



Suomen mallissa esitetään, että rahasto avattaisiin vain tuotantoyhtiöille.

Vakiintuneen markkinakäytännön mukaan kotimaiset televisioyhtiöt sitoutuvat kattamaan tilaamiensa ohjelmien tuottamisen kustannukset sekä kohtuullisen katteen. Mm. draamatuotantojen osalta tuotantoyhtiöt pyrkivät keräämään myös muuta rahoitusta. Kotimaiset televisiokanavat tilaavat vain tarvitsemansa ohjelmat. Uuden AV-tuen ei sen vuoksi nähdä lisäävän kotimaista AV-sisältöjen määrää tai työllisyyttä.

Mikäli tämä tilanne jatkuisi Suomen mallin käyttöönoton jälkeen ennallaan, saattaisi merkittävä osa rahaston varoista siirtyä suurelta osin kansainvälisessä omistuksessa olevien tuotantoyhtiöiden voittoihin ja edelleen omistajille maksettaviin osinkoihin. Suomen AV-tuotantoja virkistävä vaikutus uhkasi jäädä olemattomaksi.

Mikäli Suomessa päädyttäisiin Suomen mallin mukaiseen rahastovelvoitteeseen, tulisi kotimaisten TV-yhtiöiden voida suoraan hakea rahastosta tukea kotimaisten AV-sisältöjen tilaamiselle.

Kokonaisarvioinnissamme olemme päätyneet siihen, että useimpien toteutusvaihtoehtojen hyödyt eivät pitemmällä tähtäimellä ylitä niiden toteuttamisen haittoja.

Tämän vuoksi Sanoma esittää omana ratkaisuehdotuksenaan seuraavaa:

1. Ensisijaisesti investointi- tai rahastovelvoitetta ei oteta käyttöön lainkaan.
2. Toissijaisesti, toteutetaan määrältään vähäinen (esim. 2,5 % liikevaihdosta) ”kulttuurivero” vain kansainvälisille toimijoille. Rahastoon kerättävällä kulttuuriverolla tuetaan kotimaisten kaupallisten TV-kanavien ohjelmatilauksia kotimaisilta tuotantoyhtiöiltä. Tuki voidaan tällöin myöntää joko suoraan TV-kanavalle tai tuotantoyhtiölle, jolta ohjelmatuotannot tilataan

Helsingissä 17 toukokuuta 2024

Sanoma Media Finland Oy

Marcus Wiklund
Johtaja, yhteiskuntasuhteet

Lisätietoja asiassa antaa Sanoman yhteiskuntasuhdejohtaja Marcus Wiklund.

marcus.wiklund@sanoma.com

+358 400 603 147