# HE 16/2025, uutta rahapelijärjestelmää koskeva lainsäädäntö

Talousvaliokunta 9.4.2025

Suvi Aherto

# Taustaa rahapeliuudistukselle

Verkkopelaamisesta jopa 70% tapahtuu jo nyt ulkomaisissa pelipalveluissa – laittomasti

Tarjontakenttä on villi, Suomen sääntely ei ulotu laittomiin toimijoihin ja valtio menettää verotuloja (nyt jo yli 100 miljoonaa vuodessa)

On oikein hyvä, että useamman hallituskauden yli on edistetty rahapeli-uudistusta, joka nyt toteutetaan → ulkomaiset peli-tarjoajat Suomen lainsäädännön ja verotuksen piiriin

Silti, emme kykene tehokkaasti valvomaan verkko-pelejä, mikä on todistettu jo nykytilanteessa – siksi toimijat olisi saatava vapaa-ehtoisesti suomalaisen lisenssijärjestelmän piiriin

Onnistuu, jos lisenssien ehdot ovat järkevät ja rahapelitoimijoilla on mahdollisuus markkinoida tulevaa laillista tarjontaansa → Pelihaittojen torjunnan ohessa kanavointiaste tärkeä tavoite, muuten laiton markkina jää rehottamaan, haitat eivät vähene eikä verotuloja kotiudu Suomeen

# Päätoimittajavastuulla toimivan median valmistautumisesta markkinoinnin avautumiseen

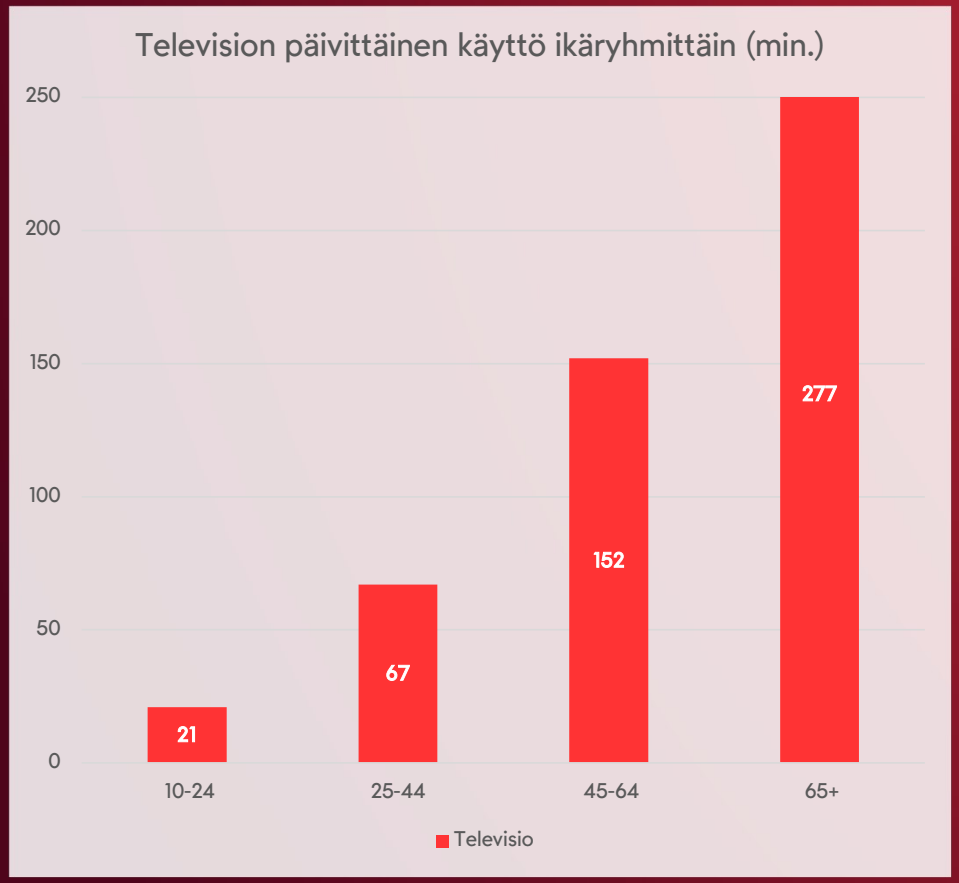
Päätoimittajavastuullisilla medioilla on aina vastuu kaikesta sisällöstä, ml. mainokset, suhtaudumme tähän vakavasti, toimintamme perusta

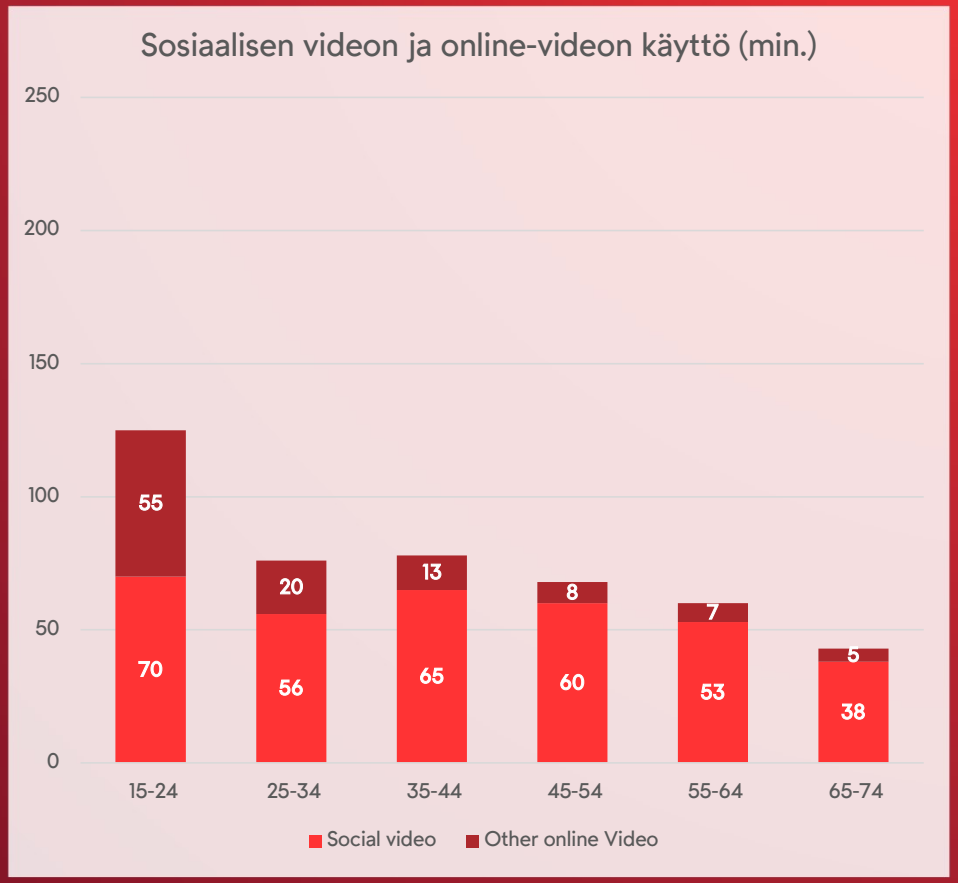
Valmistaudumme niin määrälliseen kuin laadulliseenkin itsesääntelyyn rahapelimainonnassa yhdessä ja erikseen (kilpailusääntely huomioiden), sekä lakiin pohjautuen että vastuullisuus- ja liiketoimintakysymyksenä:

- Mainostaja-asiakkaina on jatkossakin suuri enemmistö muita kuin rahapelitoimijoita, haluamme tarjota heille edelleen korkealuokkaisen mainosympäristön → rahapelimainonnassa ei voi tapahtua muita asiakkaita karkottavia ylilyöntejä, eikä rahapelimainonta tule viemään suurta osaa mainonnan kokonaisvolyymistä
- MTV:llä myös miljoonia kuluttaja-asiakkaita, joiden käyttäjäkokemus on turvattava ja erityinen tehtävä alaikäisten sekä haavoittuvimpien suojelussa

Kotimaisen median iso kuva on vastuullista yritys- ja pelibrändien mainontaa, ei call-to-actioneita tai aggressiivista lähestymistapaa

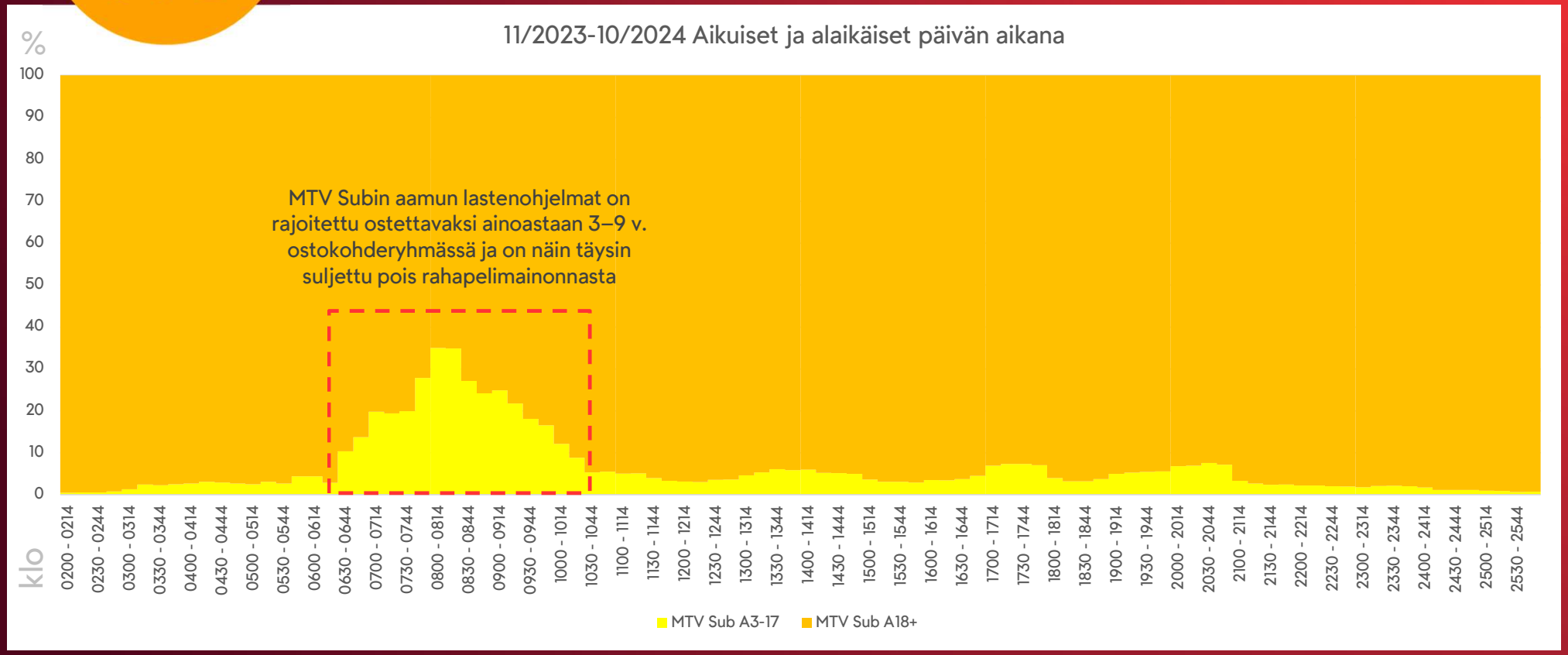
# TV on turvallinen media aikuisten tavoittamiseen Suomessa




Lähde: Finnpanel & Mediavision (kevät 2024)

# Katselun keskiarvo, aikuiset ja alaikäiset



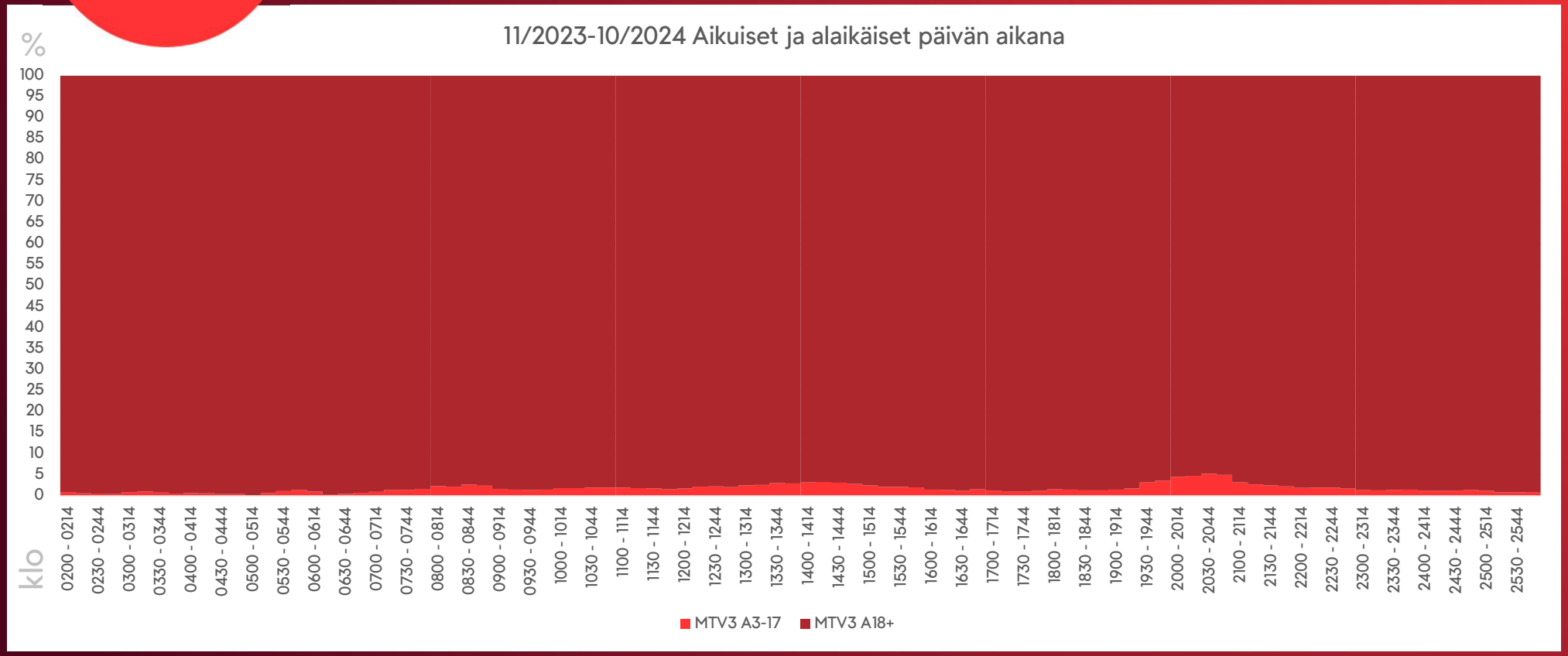

Finnpanel tv-mittaritutkimus

# Katselun keskiarvo, aikuiset ja alaikäiset



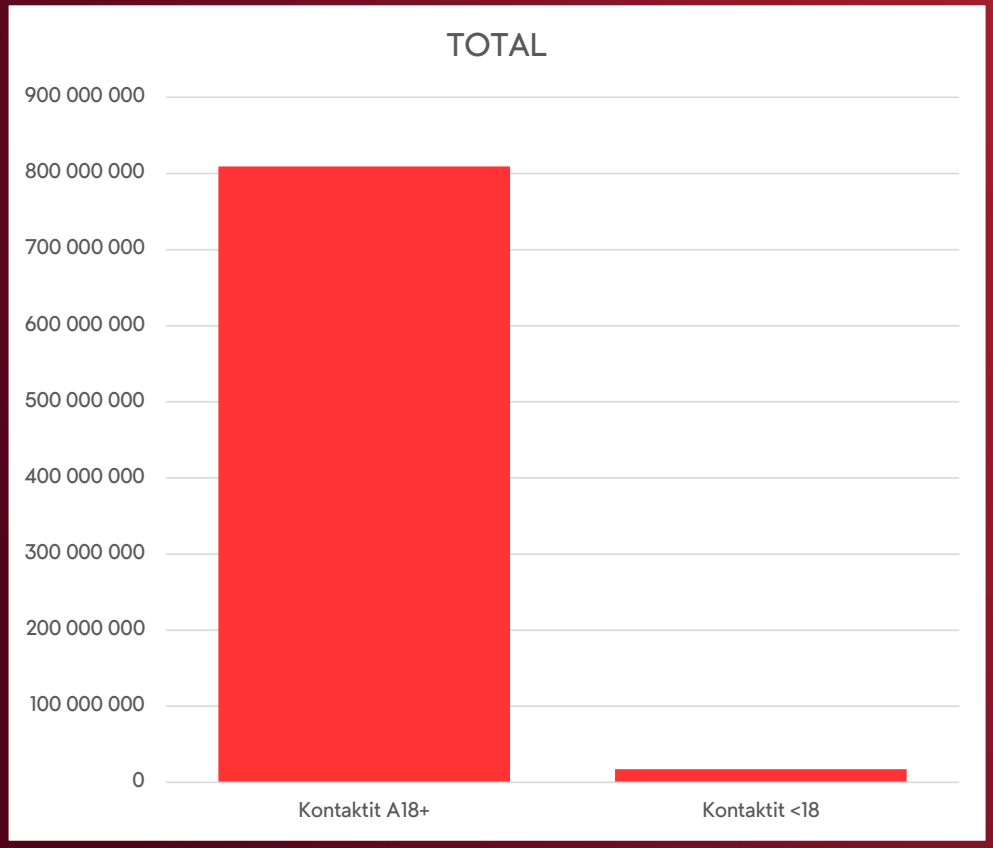

Finnpanel tv-mittaritutkimus

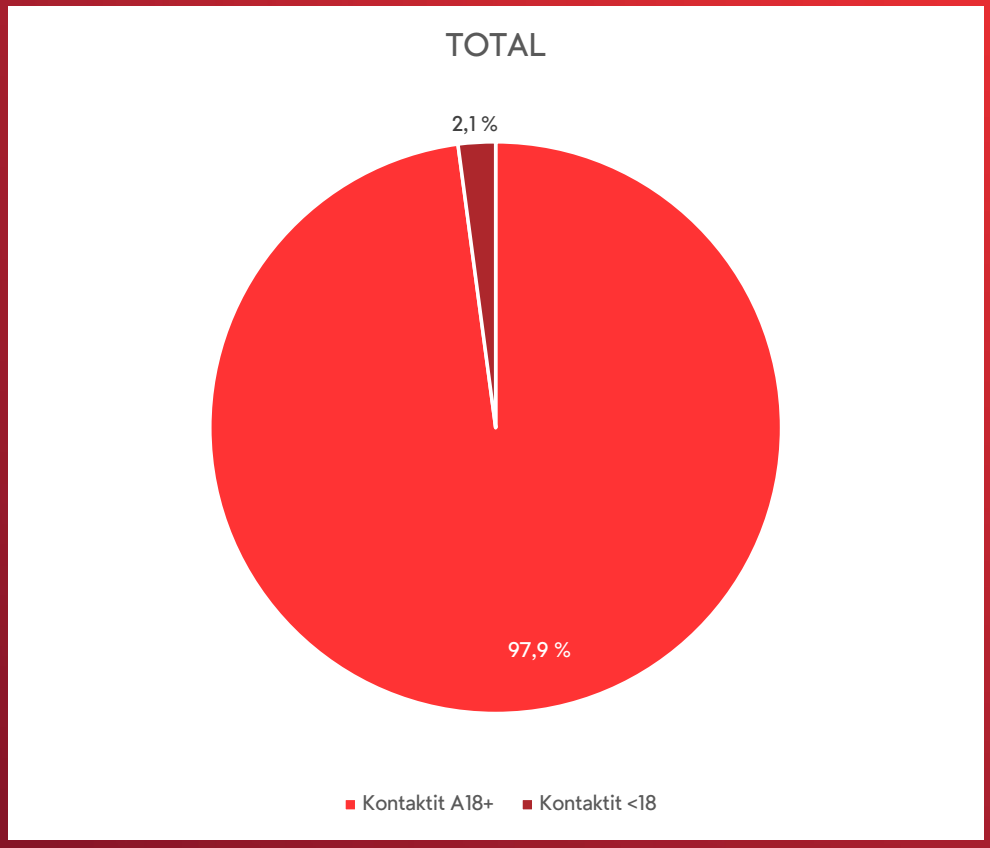
# Katselun keskiarvo, aikuiset ja alaikäiset




Finnpanel tv-mittaritutkimus

# Rahapelimainonnan toteuma 2024 – aikuiset vs. alaikäiset katsojat




Finnpanel tv-mittaritutkimus

# Keskustelu tv-mainonnan aikarajoista on ollut esillä

## NYKYAIKAISTEN MEDIAKULUTUS-TOTTUMUSTEN VASTAISTA

- Suurin osa lasten ja nuorten median käytöstä kohdistuu kansainvälisiin palveluihin, kuten YouTubeen ja TikTokiin.
- Nämä eivät toimi päätoimittajavastuulla ja niitä kulutetaan ilman aikuisen seuraa.
- Alaikäiset katsovat televisiota vähän ja senkin aikuisen kanssa, lapset katsovat yksin 0,04% mainoskatkoista, nämäkin pääsääntöisesti la-aamuissa (ei koskaan rahapelimainontaa).

## HELPOMPI VALVOA?

- Aivan varmasti on helpointa valvoa staattisia aikarajoja, mutta asiakokonaisuuden kannalta askel kohti enemmän haittoja, alempaa kanavointiastetta ja vähemmän verotuloja.
- Pelaaminen siirtyi ulkomaille, vaikka Veikkaus on saanut mainostaa TV:ssä.
- Vaikuttavinta lasten ja nuorten sekä haavoittuvien ryhmien suojelua ja siten valvontaa toteutetaan Internetissä → tähän resurssia.
- Keinotekoisesti ja turhaan ei pidä markkinointia rajata, jotta lisenssimalli toimii.

## JOS KÄYTÖSSÄ VAIN ESIM. YÖAIKAINEN INVENTAARI

- TV on yksi turvallisimpia tapoja tavoittaa nimenomaan aikuiskohderyhmät, pääsemme suhdelukuun 98% aikuisia -2% lapsia.
- Myös päiväaikaan on sisältöjä, jotka tavoittavat nimenomaan yli 25-vuotiaita, mutta jos on toimittava huomattavasti pienemmällä sisältömäärällä → kokonaisuuden hallinta hankalampaa ja itse tavoite sekä pelihaittojen ehkäisystä että kanavointiasteesta kärsii jälleen.

# Kyse on myös siitä, mitä markkinoinnin osalta halutaan painottaa

Perusviritys hallituksen esityksen osalta on oikea, hallitusohjelman kirjausta pelikentän tasapuolistamisesta kv-jättien ja kotimaisen median välillä toteutetaan. HE minimoi haittoja eikä tee kanavointiasteen nostamista mahdottomaksi.

Päätoimittajavastuullisen median katoaminen on yksi globaaleista megariskeistä, esimerkkejä ympäri maailmaa

- Mahdollisuus konkreettiselle journalistisen median tuelle siten, ettei valtiolle kustannuksia ja samalla kuitenkin vähemmän haittoja vrt. kv-jätit
- Mitä enemmän toimijoita lain piiriin, sitä helpompaa tukea peliriippuvuuksista kärsiviä → data, ohjauskeinot, veroeurot

# Miten HE:tä pitäisi vielä täsmentää

## Markkinoinnin sääntely 51§ ja 53§

### TELEVISIO- JA RADIOTOIMINTA:

+ Mainonta sallittu ilman aikarajoja lineaarisessa lähettämisessä

- Suoratoistopalveluiden sisällöstä osa ei ole mukana (Teknologianeutraliteetti- ja inventaariongelma, vaikka sisällöt ovat samoja)

### VALVONTAVIRANOMAISEN RATKAISUT:

+ Hyödynnettävä objektiivisia mittareita ns. arkikokemuksen sijaan

+ Oltava ennustettavia

- Perustuu kokonaisarvioon (Ongelmallinen oikeusvarmuuden ja ennustettavuuden näkökulmasta, jättää valvovalle viranomaiselle huomattavan tilan rahapelipolitiikkaan – objektiivisuuden pitäisi olla aito lähtökohta ja puolueeton mittarointi olisi oikea tapa se toteuttaa.)

# Täsmennysehdotukset 1/2

51§ 3 momentti

Pykälän 3 momentin 2 kohdan mukaan markkinointi olisi sallittua sähköisen viestinnän palveluista annetun lain (917/2014) mukaisessa televisio- ja radiotoiminnassa.

LISÄYS PYKÄLÄÄN, PERUSTELUIHIN TAI MIETINTÖÖN:

Televisio- ja radiotoiminnan katsotaan kattavan myös kyseisen lain mukaisten televisio- ja radiotoimiluvanhaltijoiden suoratoistopalvelut.

*Nykyinen muotoilu sulkee pois suoratoistopalveluiden videokirjasto-ominaisuuden ja ohjaa teknologian kehitystä. Ohjelmistotoimiluvanhaltijoiden tulee täyttää laajasti kriteereitä mm. esteettömyyteen liittyen, eli tämä muotoilu ei avaa ”villiä länttä”, vaikka ohjelmistotoimilupia on niin suomalaisilla kuin kansainvälisilläkin toimijoilla.*

*Tämänhetkinen ohjelmistotoimilupakausi päättyy tammikuussa 2027, sitenkään ei kilpailuneutraliteettiongelma.*

# Täsmennysehdotukset 2/2

## 51§ perustelut

”Valvontaviranomaisen ratkaisujen esimerkiksi alaikäisiin kohdistuvasta markkinoinnista tulisi perustua kokonaisarvioon, jossa hyödynnetään objektiivisia mittareita.”

→ Valvontaviranomaisen ratkaisujen esimerkiksi alaikäisiin kohdistuvasta markkinoinnista tulisi perustua objektiivisiin mittareihin.

*Tämänhetkisellä mallilla pelkona on, ettei oikeusvarmuus toteudu, tällä hetkellä päätöksenteko perustuu ”kokonaisarvioon”, josta ei voi saada ennakkopäätöksiä. Mittaroinnilla saamme oikeusvarmuuden toimintaan.*

# Voimaantulo

## 106§, siirtymäsäännökset

Rahapelilaki ja muut ehdotetut lait on tarkoitettu tulemaan pääosin voimaan 1.1.2027, jolloin rahapelitoiminta voisi käynnistyä. Toimilupamenettelyä ja yksinoikeustoimiluvasta maksettavaa korvausta koskevat sekä eräät muut rahapelilain säännökset tulisivat voimaan kuitenkin jo vuoden 2026 alusta lukien.

SIIRTYMÄSÄÄNNÖKSIIN:

Toimiluvanhaltijoilla on oikeus aloittaa toimiluvan saaneiden pelien markkinointi sekä yrityksensä brändimarkkinointi heti myönteisen toimilupapäätöksen saatuaan eli jo ennen pelitoiminnan aloittamista säännöksessä esitetyssä aikataulussa.

SIIRTYMÄSÄÄNNÖKSIIN:

*Ymmärrämme aikatauluun liittyvät haasteet, joten ellei ole mahdollista lyhentää siirtymäaikaa ylipäätään, tämä ehdotus aikaistaisi laittoman markkinoinnin siirtymistä lailliseen ja valvottuun, olisi kilpailuneutraalimpi uusien lisenssitoimijoiden suhteessa Veikkaukseen ja vähentäisi painetta markkinoinnin aloitukselta 1.1.2027.*



# Kiitos!

Annamme mielellämme lisätietoja.