



Rahapelimainonta uuden lain myötä

Suvi Aherto, MTV



Suomen johtava
kaupallinen TV-yhtiö

SUORATOISTOPALVELU



TV-KANAVAT



UUTISSIVUSTO



MYYNTIYHTEISTYÖ



Rahapelilaki on saatu voimaan

- Heinäkuussa 2027 Veikkauksen yksinoikeus vedonlyöntiin ja verkossa pelattavien raha-automaatti- ja kasinopelien markkinointiin päättyy.
- Pelit avataan kilpailulle ja haku lisensseihin alkoi vuoden 2026 alusta.
- Veikkauksella säilyy monopoliasema arvontapeleissä (Lotot) ja kivijalka kasino- ja peliautomaateissa.
- Lakiuudistuksessa markkinointikanavat ja mainonnan sisältö on hyvin säänneltyä.
- Lakiuudistuksen taustalla on saada kansainvälisen pelaaminen lisenssien piiriin (vastuullisuus) ja tulouttaa verotuloja Suomeen (harmaasta/mustasta markkinasta saanto 0).

Taustaa rahapeliuudistukselle

Verkkopelaamisesta yli puolet tapahtuu jo nyt ulkomaisissa pelipalveluissa – laittomasti.

Tarjontakenttä on villi, Suomen sääntely ei ulotu laittomiin toimijoihin ja valtio menettää verotuloja.

Useamman hallituskauden yli on edistetty rahapeliuudistusta, joka nyt toteutetaan → ulkomaiset pelitarjoajat Suomen lainsäädännön ja verotuksen piiriin.

Suomi ei kykene tehokkaasti valvomaan verkkopelejä, mikä on todistettu jo nykytilanteessa – siksi toimijat olisi saatava vapaaehtoisesti suomalaisen lisenssijärjestelmän piiriin.

Onnistuu, jos lisenssien ehdot ovat järkevät ja rahapeli-toimijoilla on mahdollisuus markkinoida tulevaa laillista tarjontaansa → Pelihaittojen torjunnan ohessa kanavointiaste tärkeä tavoite, muuten laitton 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, tämä vastuu on toimintamme perusta

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

- Mainostaja-asiakkaina on jatkossakin suuri enemmistö muita kuin rahapeliteoimijoita, 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

Sallittu markkinointi 7/2027

Sallittuja markkinointikanavia ovat:

- Toimiluvanhaltijan omat **verkkosivut ja sosiaalisen median tilit** (ei vuorovaikutteista markkinointia)
- **Televisio- ja radiotoiminta, lineaarinen teknologianeutraalisti**
- Urheilu- ja muut **yleisötapahtumat**
- **Painetussa mediassa** ja painettua mediaa vastaavassa sähköisessä julkaisussa
- **Hakukonemarkkinointi** toimiluvanhaltijan tai sen peleihin suoraan liittyvillä hakusanoilla
- **Ulkomainonta** on sallittua, mutta rahapeliteimiluvanhaltijan markkinointia ei saa sijoittaa varhaiskasvatukseen, koulujen, oppilaitosten, apteekkien tai sosiaali- ja terveydenhuollon yksiköiden läheisyyteen. (Viranomaisen tuottaa metrimäärän,)
- **Suoramarkkinointia** saa kohdistaa ainoastaan sellaiseen luonnolliseen henkilöön, joka on antanut siihen nimenomaisen suostumuksensa.
- **Henkilösponsorointi** niin, että sponsorointi ei tuo esiin rahapelejä eikä kohdistu alaikäisiin, heidän tapahtumiinsa, heille tarkoitettuihin tuotteisiin tai sisältöä heille tuottaviin henkilöihin, eikä niiden nimi tai logo esiinny alaikäisille suunnatuissa tuotteissa tai palveluissa. Vaikuttajamarkkinointi kielletty.

- Markkinoinnin on oltava kaikilta osin maltillista.
- Rahapelien markkinointia ei saa suunnata alaikäisille.
- Markkinoinnin tulee aina sisältää rahapelaamisen vakiotiedot.
- Markkinointi, joka ei erikseen sallittu, on kielletty.

**Rahapelimarkkinoinnin on oltava asiallista,
neutraalia eikä se saa houkutella,
normalisoida tai kannustaa rahapelien
käyttöön millään tavalla.**

MAINONNAN SISÄLTÖ

Miten uusi järjestelmä huomioi toimialan haitat – pohjana (oltava) data ja faktat

LÄPINÄKYVYYS

Niille, jotka jo pelaavat, varsin vähän muuttuu. Heidät mainonta tavoittaa tällä hetkellä laittomasti verkon kautta. KV-alustajättien liikevaihdosta ”double digits” laitonta. Uudessa mallissa pelaamisesta tulee (läpi)näkyvämpää kokonaisuudessaan.

DATA

Uudessa järjestelmässä liikkuu myös valvonnan saavutettavissa olevaa dataa merkittävästi enemmän → läpinäkyvyys lisääntyy, kyky ohjata järjestelmää paranee – kunhan toimijat saadaan lisenssimallin piiriin.

OHJAUSKEINOT

Kun toimijat ovat lisenssimallin piirissä, valtiolla on ohjauskeinoja käytettävissä markkinan ohjaamiseen. Vaikea uskoa, että esim. kotimaisen median piirissä olisi toimijoita, joiden mielestä riippuvuutta aiheuttavan tuotteen markkinaa ei tarpeen ohjata.

VALVONTA

Suomi ei kykene tehokkaasti valvomaan verkko-pelejä, siksi toimijat saatava vapaaehtoisesti suomalaisen lisenssijärjestelmän – ja siten myös valvonnan - piiriin. Resursseja uudessa mallissa laitettava myös laittoman toiminnan valvontaan.

VEROTULOT

Uusi järjestelmä tuottaa nykyistä enemmän verotuloja, joita voi käyttää myös valvontaan sekä markkinassa jo nyt syntyvien ongelmien ennaltaehkäisyyn ja hoitoon.



Kiitos!