

Viite: Lausuntopyyntö dnro Liikenne- ja viestintäministeriö/ VN/21366/2020

Arviomuistio lehtien jakelutuesta

Medialiitto kiittää liikenne- ja viestintäministeriötä mahdollisuudesta lausua lehtien jakelutukea käsittelevästä arviomuistiosta. Medialiitto lausuu asiassa ministeriölle kunnioittavasti seuraavaa:

Pääviestit

1. Jakelutukikauden pituuden on oltava riittävän pitkä, vähintään neljä vuotta. Tuki on kilpailutettava tukikautta lyhyemmissä, esimerkiksi kahden vuoden jaksoissa.
2. Kilpailutettavien päivien tulee olla kiinteitä ja yhteneväisiä koko maassa ja niistä tulee päättää Traficomien määräyksellä. Kiinteiden jakelupäivien määrittelyssä on otettava huomioon kuluttajien ja mainostaja-asiakkaiden sekä lehtikustantajien tarpeet ja näin varmistettava jakelupalveluiden saatavuus asiakkaiden tarpeiden mukaisesti.
3. Kilpailutusalueiden on oltava kooltaan sellaisia, että niille voi syntyä todellista kilpailua. Sopiva kilpailutusalue voisi olla kunta tai seutukunta. Jos kilpailutus toteutetaan tätä suuremmilla alueilla, kilpailua ei todennäköisesti synny. Vain toimiva kilpailu takaa jakelun kohtuuhintaisuuden sekä lehtikustantajille että valtiolle.
4. Jakelutuki tulee kilpailuttaa poistuvina yleispalvelujakopäivinä eli kahtena päivänä viikossa. Viiden päivän kilpailutuksessa tuki kohdistuisi myös kolmeen yleispalvelujakelupäivään, joissa ei ole osoitettavissa markkinapuutetta (ns. SGEI-avustuksen ehdot).
5. Kilpailutettavaan, tuettuun jakeluun on voitava ottaa mukaan myös muita tuotteita. Kilpailutuksen ei tule johtaa missään tapauksessa nykyisten jakelujen eriytymiseen. Tavoitteena tulee päinvastoin olla erillisten jakeluiden ja muiden kuljetusten yhdistäminen yhdeksi päivittäiseksi palveluksi.

KANSALAISET TARVITSEVAT LUOTETTAVAA MEDIAA

Painettujen, tilattujen lehtien merkitys sananvapauden toteutumiselle on Suomessa edelleen erittäin tärkeä. Vuonna 2020 tilattavien sanomalehtien tuloista edelleen 79 prosenttia tuli printtilehdestä. Uutismedioiden kustantaminen vaarantuu ilman koko maan kattavaa kohtuuhintaista jakelua. Lehtijakelun tukeminen on kansalaisten luotettavan tiedon saannin, sivistyksen, toimivan demokratian ja yhteiskuntarauhan tukemista.

Medialiitto muistuttaa, että jakelutuen tarkoituksena on turvata kohtuuhintainen sanomalehtijakelu tilaajille varhaisjakelualueen ulkopuolella niinä päivinä, joilta postilain vaatiman yleispalvelutuotteen jakelu poistuu. Tämä kytkös tulee kirjata selkeästi ja pitävästi postilakiin.

Kotimaisen luotettavan journalismin tarve on korostunut disinformaation, valemedioiden ja sosiaalisen median lieveilmiöiden voimistuessa. Vapaa uutismedia vahvistaa kansalaisten luottamusta avoimeen yhteiskuntaan ja demokraattiseen päätöksentekoon. Kotimaisen median elinvoimaisuuden tukeminen on yhä tärkeämpää, kun valtaosa digitaalista mainostuloista menee globaaleille alustajäteille, jotka eivät itse tuota sisältöä lainkaan.

JAKELUTUEN KILPAILUTUS JA SEN EHDOT

Jakelutuki on kilpailutettava niillä postinumeroalueilla, joissa ei ole kattavaa varhaisjakelua (arviomuistio 3.1)

Arviomuistiossa ehdotettu tuen kohdentaminen kaikille niille postinumeroalueille, joilla ei ole kattavaa kaupallisin perustein toimivaa viisipäiväistä varhaisjakeluverkkoa, on välttämätöntä kansalaisten tasapuolisen tiedonsaannin kannalta. Kansalaisia ei tule asettaa tiedonsaannin ja palveluiden kannalta eriarvoiseen asemaan. Jatkovalmistelussa on kiinnitettävä huomiota niihin postinumeroihin, jotka ovat osittain varhaisjakelualueita, jotta yleisiin taloudellisiin tarkoituksiin liittyvien palveluiden tuen, ns. SGEI-tuen edellytykset täyttyvät. SGEI-avustuksen ehdot edellyttävät tuen kohdistamista nimenomaan niille alueille, joilla markkinapuute on todennettavissa. Tällöin on tarpeen määritellä kilpailutettavan jakelun alue osoitetasolla.

Esimerkkiä voidaan hakea Norjasta, jossa kilpailutusalue on määritelty listaamalla kuhunkin kilpailutusalueeseen kuuluvat jakeluosoitteet. Näin valtion tuki voidaan koko tukikauden ajan ohjata tarkkarajaisesti juuri niille alueille, joilla on osoitettavissa markkinapuute. Norjan mallissa tukialueen muuttaminen tukikauden aikana on joustavaa. Vähäiset muutokset (jaettavien osoitteiden lisääntyminen tai väheneminen enintään 3 prosenttia) eivät vaikuta maksettavan tuen määrään. Tätä suuremmista muutoksista koituneet lisäkustannukset korvataan tuettavalle jakeluyhtiölle.

Jakelutuen kilpailutuksen täytettävä SGEI-tuen ehdot (arviomuistio 4)

Yleispalvelutuotteiden jakopäivien vähentyminen kolmeen asettaa kansalaiset asuinpaikkansa puolesta eriarvoiseen asemaan. Medialiitto tukee ministeriön näkemystä, että SGEI-tuen edellyttämä markkinapuute lehtijakelusta on olemassa varhaisjakelualueen ulkopuolella kahtena poistuvana yleispalvelutuotteiden jakopäivänä.

Tuen ehtoja määriteltäessä on syytä kiinnittää huomiota hankintalain vaatimuksiin ja velvoitteisiin. Medialiitto pitää tärkeänä, että SGEI-tuen edellytysten mukaisesti tuettava toiminta tulee eriyttää kirjanpidossa muusta tukea saavan yrityksen liiketoiminnasta. SGEI-tuki edellyttää myös tukikriteerien avoimuutta ja syrjimättömyyttä.

Tukea saavan yrityksen muuta liiketoimintaa ei tule rajoittaa (arviomuistio 5.1)

Suomessa julkaistaan hetkellä 37:ää viitenä päivänä viikossa ilmestyvää sanomalehtiä. Osa lehdistä on valtakunnallisia, osa alueellisia. Jakelutuella halutaan varmistaa, että näillä lehdillä on viisipäiväinen jakelu koko maassa. Tuen tulee kohdistua jakelupalveluun.

Jotta tuen kustannukset pysyvät hallinnassa eli käänteinen huutokauppa aidosti toimii, kilpailuun osallistuvien yritysten on saatava yhdistää jakeluun muita tuotteita tai palveluita. Muut tuotteet voivat olla esimerkiksi muita lehtiä, kirjeitä ja mainospostia. Lehtijakelua voidaan yhdistää myös henkilökuljetuksiin, tavarakuljetuksiin tai muihin palveluihin.

Koska tuella saattaa olla markkinoita vääristäviä vaikutuksia (esimerkiksi ristosubventio), tulee ehdoissa kiinnittää huomiota kilpailuneutraliteettiin. Traficomien tulee valvoa tuen käyttöä tehokkaasti.

Kilpailutusehtojen tulee sallia varhaisjakelu (arviomuistio 5.2.)

Kuluttajille lehden saaminen luettavaksi mahdollisimman varhain aamulla on erittäin tärkeä lehden tilausperuste. Tavoitteena tulisi olla haja-asutusalueillakin mahdollisimman varhainen jakelu. Yleispalvelujakelupäivien väheneminen ja jakelutuki koskevat alueita, joilla ei tällä hetkellä ole varhaisjakelua. Varhaisjakelua ei tule kirjata tukisääntelyyn velvoittavana, mutta varhaisjakelun tulisi ehdottomasti olla sallittua. Jakelun kellonaika olisi otettava mukaan Traficomien laatimiin kilpailutuksen laatukriteereihin. Kriteeristöön ei tule kirjata varhaisjakelua estäviä laatukriteereitä.

Tukikauden oltava riittävän pitkä, kilpailutuskauden riittävän lyhyt (arviomuistio 5.3)

Tukikauden tulee olla riittävän pitkä, jotta voidaan turvata kansalaisten tiedonvälitys tilanteessa, jossa paperinen sanomalehti on edelleen erittäin tärkeä osa demokraattista tiedonvälistystä merkittävälle osalle kansaa. Medialiiton näkemyksen mukaan tukikauden tulisi olla vähintään neljä vuotta.

Tuki on kuitenkin kilpailutettava tukikautta lyhyemmissä jaksoissa, esimerkiksi kahden vuoden jaksoissa. Kustantajien muuttuvat jakeluvolyymit vaikuttavat jakelutarpeeseen. Useammaksi kuin kahdeksi vuodeksi sitoutuminen rajoittaa kilpailuun osallistumista. Yksi vuosi olisi kilpailutusvälinä liian lyhyt ja hallinnollisesti raskas.

Tarvittaessa kahden vuoden kilpailutusjakson jatkona voitaisiin käyttää yhden vuoden lisäoptiota, mikäli sekä valtio (Traficom) että kilpailun voittanut jakeluyritys hyväksyvät jatkamisen yhden lisävuoden ajan (kilpailutuskausi 2+1 vuotta). Muussa tapauksessa järjestettäisiin aina uusi kilpailutus.

Jakelupisteiden minimietäisyyksiin ei nykykäytäntöä kiristäviä velvoitteita (arviomuistio 5.4)

Tuen kilpailutusehdoissa tulee määritellä jakelupisteiden etäisyyksien ja jakeluajankohdan minimilaatu. Jakelupisteiden minimietäisyyksiin ei tule kirjata alueen lehtijakelun nykykäytäntöä kiristäviä velvoitteita.

Useilla nykyisen perusjakelun varassa olevilla alueilla on viikonloppuisin kustantajien järjestämä lehtijakelu. Näiden jakeluiden laatustandardeja voidaan käyttää tuettavan jakelun kriteerien pohjana. Tarvittaessa Traficom voisi määrätä asiasta tarkemmin.

Tuki kilpailutetaan poistuvina yleispalvelujakopäivinä eli kahtena päivänä viikossa (arviomuistio 5.5)

Tuki tulee kilpailuttaa poistuvina yleispalvelujakopäivinä eli kahtena päivänä viikossa. Viiden päivän kilpailutuksessa tuki kohdistuisi myös kolmeen yleispalvelujakelupäivään, joissa ei ole osoitettavissa markkinapuutetta (SGEI-avustuksen ehdot). Viiden päivän tukeminen olisi selkeästi kalliimpaa ja aiheuttaisi kolmena yleispalvelupäivänä päällekkäisten jakeluiden syntyminen.

Kahden jakelupäivän ja riittävän pienien kilpailutusalueiden yhdistelmä mahdollistaa useamman toimijan osallistumisen kilpailutukseen.

Jos lehtijakelu kilpailutettaisiin viitenä päivänä, samaan kilpailutukseen olisi liitettävä vähintään yleispalvelutuotteet. Siltikin vaarana olisi perusjakelun jakautuminen kahteen erilliseen päivittäiseen jakeluun, mikä ei olisi kenenkään edun mukaista.

Kilpailutettavien jakelutukipäivien tulee olla kiinteitä ja yhteneväisiä koko maassa ja niistä tulee päättää Traficomien määräyksellä. Myös perusjakelussa jaettavat aikakriittiset tuotteet, ennen kaikkea lehdet, tarvitsevat kiinteät päivät. Jakelu on järjestettävä kuluttajan (postin saajien, lehtien lukijoiden) ja mainostaja-asiakkaiden tarpeista käsin.

Kilpailutusalueiden on oltava sen kokoisia, että ne synnyttävät todellista kilpailua (arviomuistio 5.6)

Medialiitto pitää arviomuistiossa ehdotettua maakuntatasoa kilpailutusalueena kilpailun syntymisen kannalta liian suurena. Kilpailutuksen sopiva aluetaso voisi olla kunta tai seutukunta. Jos kilpailutus toteutetaan valtakunnallisesti, kilpailua ei synny. Mitä vähemmän kilpailua syntyy, sitä suuremmaksi nousee jakelutuesta valtiolle aiheutuva kustannusrasite.

Kunnittain kilpailutettuna kilpailutusalueita muodostuisi noin 220. Seutukuntia on 69. Molemmat ovat lukumääräisesti huomattavasti pienempiä ja hallinnollisesti kevyempiä kilpailutuskokonaisuuksia kuin yleispalvelutuotteiden viimeisimmän kilpailutuksen yli tuhat postinumeroaluetta.

Mahdollisuus uuteen liiketoimintaan sallittava (arviomuistio 5.7)

Medialiitto korostaa, että kilpailutuksen ehtojen tulee olla syrjimättömiä ja tasapuolisia. Tarpeettomia alalle pääsyn esteitä ei tule kirjata lakiin eikä kilpailutuksen ehtoihin. Aiempaa jakelutoimintaa ei tule edellyttää, mutta uskottava näyttö ja suunnitelma kilpailutettavan jakelun toteuttamisesta on tarpeen.

Muutokset jakelutarpeessa ovat pidemmällä tarkastelulla todennäköisiä. Nykyiset varhaisjakelualueet voivat pienentyä ja jaettavien lehtien määrä vähentyä. Riittävän lyhyt kilpailutuskausi, kaksi vuotta, pienentää kilpailutukseen osallistuvien yritysten liiketoimintariskiä. Varhaisjakelualan rajat tulee tarkistaa jokaisella kilpailutuskierroksella. Vaihtoehtoisesti tulee harkita Norjan mallin mukaista ratkaisua, jossa palveluvelvoitteen alaiseen alueeseen voidaan sopimuskauden aikana tehdä vähäisiä muutoksia joustavasti. Vähäistä suuremmat muutokset (yli 3 prosentin muutos jakeluosoitteiden määrässä) korvataan tukea saavalle jakeluyhtiölle.

Norjan mallissa tarjouksen jättänyt taho saa tietoonsa kilpailutushetken jakelumäärät ja sitoutuu kilpailutuskauden ajaksi omalla liiketoimintariskillään jakelun hoitamiseen. Tämä malli mahdollistaa tuen määrän ennakoinnin koko sopimuskaudelle ja on hallinnollisesti yksinkertainen.

Kohtuullinen jakeluhinta turvattava

Sanomalehtien jakeluhinnat ovat jo tällä hetkellä erittäin korkeita etenkin niissä osissa maata, jossa sanomalehtijakeluun ei ole tarjolla tehokasta kilpailua. Jakelutukea annettaessa on varmistettava, että tuettu jakelupalvelu on saatavilla kohtuulliseen

hintaan. Tämä voidaan toteuttaa esimerkiksi asettamalla jakelupalvelulle suurin sallittu kattohinta kilpailutusehdoissa.

Norjan mallissa sanomalehdiltä perittävän käyttäjämaksun kohtuullisuus on turvattu määräämällä, että maksun on oltava edullinen ja kustannuslähtöinen, huomioiden jakeluun myönnetty valtion tuki. Maksuun ei saa sisällyttää tarpeettomista palveluista tai ominaisuuksista johtuvia lisämaksuja eikä maksu saa missään olosuhteissa olla suurempi kuin tuetun yrityksen muista vastaavista palveluista perimä hinta. Tuetun jakeluyrityksen on kerrottava maksun suuruus läpinäkyvästi osana yleisiä jakeluehtoja. Mikäli jakeluyrityksen ja asiakkaan välille syntyy hinnoittelua koskeva erimielisyys, osapuolilla on oikeus viedä asia sääntelyviranomaisen ratkaistavaksi.

Medialiitto ry

Jukka Holmberg
toimitusjohtaja

Ismo Huhtanen
lakiasiaintohtaja, Uutismedian liitto

Medialiitto on media-alan ja graafisen teollisuuden yritysten edunvalvontajärjestö. Jäsenjärjestömmme ovat Aikakausmedia, Graafinen Teollisuus, RadioMedia, Suomen Kustannusyhdistys ja Uutismedian liitto. Yhdessä edustamme noin 650:tä yritystä uutismedian, aikakausmedian, kirjojen ja oppimateriaalin kustantamisen sekä painamisen, radio- ja tv-toiminnan ja jakelun alueilla. Media-alan ja painoalan yritykset työllistävät Suomessa suoraan 22 000 henkilöä ja yritysten yhteenlaskettu liikevaihto on 3,7 miljardia euroa.