

TIIVISTELMÄ COPENHAGEN ECONOMICSIN RAPORTISTA

COPENHAGEN ECONOMICS
29. SYYSKUU 2021

Sanoma yliarvioi merkittävästi Ylen toiminnan mahdolliset markkinavaikutukset

Yle täyttää julkisen palvelun tehtävänsä vääristämättä markkinoiden toimintaa

Täyttääkseen julkisen palvelun tehtävänsä Yleisradio Oy:n (Yle) on sopeuduttava toimintaympäristönsä jatkuviin muutoksiin, jotta se voi pysyä merkityksellisenä suomalaisille nyt ja tulevaisuudessa. Ylen merkittävät investoinnit ja muutokset palveluihin voivat vaikuttaa kaupallisiin palveluntarjoajiin joko positiivisesti lisäten kysyntää ja edistären innovaatioita tai – väärin kohdistettuina – mahdollisesti vääristää kilpailua markkinoilla. Ylen saama rahoitus voidaan katsoa laittomaksi valtiontueksi, mikäli se tekee yksityisten mediarytysten toiminnasta mahdotonta tai suhteettoman vaikeaa.

Sanoma Media Finland Oy (Sanoma) jätti huhtikuussa 2021 Euroopan komissiolle valtiontukikantelun, jossa väitetään, että Ylen rahoitusmalli tarjoaa sille valikoivaa taloudellista etua ja vääristää kilpailua. Sanoma esittää kantelussaan, että Ylen toiminta vääristää kilpailua kolmella keskeisellä tavalla:

1. Kaupallisten tilausvideopalveluiden ja mainosrahoitteisten suoratoistopalveluiden syrjäyttäminen
2. Esitysoikeuksien markkinoiden vääristyminen
3. Oppimissisältöjen samankaltaistuminen ("*commoditization*")

Yle pyysi Copenhagen Economicsia arvioimaan Sanoman väitteitä koskien Ylen palveluiden markkinavaikutuksia. Johtopäätöksemme on se, että Sanoman keskeiset väitteet perustuvat virheellisiin oletuksiin, joille ei ole läpinäkyvää näyttöä. **Selvityksemme mukaan Sanoma yliarvioi merkittävästi Ylen kantelun kohteena olevien palveluiden mahdolliset haitalliset vaikutukset kaupallisille palveluntarjoajille.**

Kantelun kohteena ovat tietyt Yle Areenan toiminnallisuudet

Sanoman video-on-demand (VOD)-palveluja koskeva kantelu ei kohdistu koko Yle Areenaan vaan pelkästään niihin toiminnallisuuksiin, jotka mahdollistavat sisältöjen katsomisen muutenkin kuin seitsemän päivän sisällä niiden ensilähetyksestä televisiossa (ns. "*outside catch-up*").

Sanoma vaikuttaa yliarvioivan väitetyn laittoman valtiontuen suuruuden

Valtiontuen suuruus vaikuttaa sen mahdollisten markkinavaikutusten todennäköisyyteen ja merkittävyyteen. Sanoma on esittänyt arvion Yle Areenan ”*outside catch-up*” –toiminnallisuuksien kustannuksista. Sanoman mukaan tämä kustannusarvio heijastelee väitetyn laittoman valtiontuen suuruutta.

Sanoman arvio perustuu puutteellisiin tietoihin. Verrattuna Yleltä saamiimme tietoihin, Sanoma vaikuttaa merkittävästi yliarvioivan Yle Areenan ”*outside catch-up*”-toiminnallisuuksien kustannusten suuruuden.

Ylen on kehitettävä palveluitaan pysyäkseen merkityksellisenä erilaisille yleisöille jatkuvasti muuttuvalla markkinalla

On näyttöä siitä, että suomalaiset haluavat kasvavassa määrin kuluttaa audiovisuaalista sisältöä silloin, kun se on heille sopivaa, eikä välttämättä televisiosta tai lyhyen ajan kuluessa ensiesityksen jälkeen. Ylen tehtävä on tuoda monipuolinen ja kattava julkisen palvelun ohjelmisto kaikkien saataville yhtäläisin ehdoin ja tehtävää toteuttaakseen sen tulee tarjota näitä sisältöjä eri viestintäkanavia käyttäen. Pysyäkseen merkityksellisenä erilaisille yleisöille Ylen on kehitettävä palveluitaan vastaamaan näiden tarpeita. Erityisesti nuorempien yleisöjen tavoittaminen on yhä hankalampaa perinteisen lähetystoiminnan avulla.

Markkinoiden kehitys ei tue Sanoman väitettä Ylen aiheuttamasta kaupallisten toimijoiden syrjäyttämistä

Sanoman mukaan Ylen saaman rahoituksen turvin tarjoamat maksuttomat palvelut vääristävät kilpailua markkinoilla ja syrjäyttävät kaupalliset palveluntarjoajat. Sanoman mukaan Yle Areenan kasvu on hallitsematonta ja sen seurauksena kaupalliset toimijat kamppailevat selviytyäkseen.

Markkinatilannetta kuvaava näyttö ei tue Sanoman väitteitä.

Yle Areenan suosio ei itsessään ole todiste siitä, että Yle aiheuttaa kohtuutonta haittaa kaupallisille toimijoille. Yle Areenan käytön kasvu markkinalla, johon Sanoman mukaan kuuluvat niin lineaariset kuin VOD-palvelutkin, ei ole hallitsematonta, vaan heijastelee yleistä trendiä, jossa erilaisten videopalveluiden käyttö on kasvanut merkittävästi. Yle Areenan kasvu on katselemäärissä mitattuna heijastellut Ylen perinteisten TV-kanavien katselun vähentymistä (ennen koronapandemiaa, jonka aikana audiovisuaalisten sisältöjen katselu on yleisesti kasvanut).

Yleltä ja julkisista lähteistä saadut kaupallisia toimijoita koskevat markkinatiedot eivät tue Sanoman väitteitä. Useat kaupalliset palveluntarjoajat ovat tulleet markkinoille ja kasvaneet viime vuosina, eikä Ylen vaikutuksesta negatiivisesti niiden kannattavuuteen, palveluiden myyntiin tai markkinalla kilpailuun ole näyttöä. Esimerkiksi Suomen kuukausimaksullisten tilausvideopalveluiden (SVOD) käyttäjien ja -palveluntarjoajien määrä on eurooppalaisittain verrattain korkealla tasolla.

Kuten kansainväliset vertailut ja toisaalta kaupallisten toimijoiden palveluiden käytön tarkempi tarkastelu osoittavat, emme löydä perusteita sille, että Ylen toiminta tekisi kotimaisten tai ulkomaisten toimijoiden markkinoille tulosta kohtuuttoman vaikeaa.

Sanoma ylläarvioi Yle Areenan vaikutukset kaupallisten videopalveluiden käyttöön

Sanoman kantelun mukaan Yle Areenan palvelutarjonnalla on huomattava negatiivinen vaikutus kotitalouksien SVOD-tilausten lukumäärään ja kaupallisten toimijoiden näistä saamiin tuloihin. Toisin sanoen Sanoma väittää, että suomalaiset kotitaloudet tilaisivat useampia SVOD-palveluja, mikäli Areenan videosisällöt eivät olisi yleisön saatavilla nykyisellä tavalla. Tämän lisäksi Sanoma esittää, että Yle Areena vähentäisi merkittävästi mainosrahoitteisten tilausvideopalveluiden kysyntää.

Sanoman laskelman takana olevat oletukset eivät kestä tarkempaa tarkastelua. Copenhagen Economics arvioi Sanoman väitteitä IROResearchin toteuttaman kyselyn avulla. Sanoman arvio vaikutusten suuruudesta on merkittävästi suurempi kuin kyselyaineiston tulokset osoittavat. Toisin sanoen kyselytutkimuksen perusteella huomattavasti harvemmat kotitaloudet tilaisivat uuden kuukausimaksullisen tilausvideopalvelun tilanteessa, jossa Yle Areenaa ei olisi, kuin mitä Sanoma väittää.

Ylen toiminnan kielteisistä vaikutuksista esitysoikeuksien markkinoihin ei ole näyttöä

Sanoma väittää, että Yle hyötyy perusteettomasti julkisesta rahoituksestaan kilpailussa esitysoikeuksista kaupallisten toimijoiden kanssa, ja Ylen kotimaisten sisältöjen hankinta ja tuotanto nostaa kaupallisten toimijoiden kustannuksia.

Sanoman väitteet siitä, että Yle syrjäyttää kilpailijat suhteettoman suurilla taloudellisilla panostuksilla sisältöihin, vaikuttavat liioitelluilta:

1. Ylen rajallinen budjetti ja lakisääteinen velvoite taata sisältöjen monipuolisuus rajoittavat Ylen mahdollisuuksia käyttää budjetistaan suhteetonta osaa esimerkiksi tiettyihin, kaupallisesti houkutteleviin sisältöoikeuksiin.
2. Suomalaisten (esim. draama-) tuotantojen kysyntä on kiistatta kasvussa. Markkinalla on nähtävissä yhä useampien toimijoiden tarjoamia suomalaisia sisältöjä, ei sisältöjen kasvavaa keskittymistä Ylelle.

Sähköisten oppimispalveluiden samankaltaistumisesta ("commoditization") ei ole näyttöä

Sanoman mukaan Yle on kasvattanut tarjontaansa sähköisten oppimispalveluiden tarjonnassa, mikä on omiaan johtamaan palveluiden samankaltaistumiseen, maksuhalukkuuden vähenemiseen ja kaupallisten yritysten toimintaedellytysten heikkenemiseen.

Sanoman väitteet eivät perustu näyttöön. Ylen sähköiset oppimissisällöt eivät pääosin liity suoraan opetussuunnitelmaan, ja Ylen materiaalit ovat yksittäisiä poikkeuksia lukuun ottamatta journalistien (ei opetusalan ammattilaisten) tuottamia. Ylen toiminta on rajattua sähköisten oppimissisältöjen markkinalla, eivätkä Ylen taloudelliset (tai muut panostukset) verrattuna kaupallisten toimijoiden kehitykseen anna viitteitä kaupallisten toimijoiden syrjäyttämistä.

Ylen oppimispalveluiden luonteen huomioon ottaen onkin epätodennäköistä, että ne kilpailisivat merkittävästi suoraan kaupallisten palveluiden kanssa tai vääristäisivät markkinoiden toimintaa.

