

Sosiaali- ja terveysministeriö
VN/1531/2024
lausuntopalvelu

Lausuntopyyntö 13.6.2025

Alkoholijuoman markkinointi

Medialiitto kiittää ministeriötä tilaisuudesta lausua näkemyksensä luonnoksesta hallituksen esitykseksi eduskunnalle laiksi alkoholilain muuttamisesta (alkoholijuoman toimittaminen, etämyynti ja markkinointi). Liitto toteaa luonnoksesta seuraavaa:

1. Markkinoinnin sääntelyssä tulee yleisesti pyrkiä edistämään tasapuolisia kilpailuedellytyksiä kotimaisen median ja kansainvälisten alustojen välillä. Myös hallitus on ohjelmassaan sitoutunut edistämään reilua kilpailua mediakentällä ja digitaalisessa mainosmarkkinassa huomioiden kansainvälisten alustajajätien aseman, ja tavoitetta on noudatettu mm. uuden rahapelijärjestelmän markkinointisääntelyssä.

Uudistetun alkoholilain luonnoksessa nyt esitetyt markkinointisäännöt ovat osin ristiriidassa edellä mainittujen tavoitteiden kanssa. Niissä vapautetaan väkevien alkoholijuomien markkinointia verkkoalustoilla samalla kun esitetään kiristyksiä markkinointiin kotimaisessa mediassa. Medialiitto pitää suuntaa vääränä, koska se lisäisi epätasapainoa mainosmarkkinoilla kansainvälisten jättialustojen eduksi ja journalismia tuottavan kotimaisen median vahingoksi.

2. Medialiitto ehdottaa, että kilpailutasapainoa turvataan vähintäänkin täydentämällä nyt ehdotettu alkoholilain uusi 50 §:n 2 momentin 3 luetelmakohta muotoon 3) *painetuissa sanoma- ja aikakauslehdissä*; (huom. myös lakiluonnoksen kirjoitusvirhe sanassa aikakauslehti tulee korjata eli ylimääräinen i-kirjain poistaa). Mikäli tuotteen markkinointi on sallittu kotimaan sisälläkin muualla verkossa, sen tulee olla yksiselitteisesti sallittua myös lehtien verkkoversioissa sekä pelkästään digitaalisessa muodossa verkossa ilmestyvissä lehdissä.

Suomessa julkaistaan lisäksi myös kansainväliselle yleisölle suunnattuja verkkoaikakauslehtiä, jotka ovat relevantteja mainosvälineitä hallitusohjelmassa tavoitellun alkoholijuomien viennin näkökulmasta.

3. Medialiitto pitää 50 §:n 1 momentin 1 luetelmakohdassa esitettyä tunnin pidentymistä lineaarisen television ja radion mainoskieltoaikaan epäsuhtaisena ja esittää sen poistamista. Tarve suojella alaikäisiä alkoholijuomien mainonnassa ei ole sellaisenaan vertailukelpoinen ohjelmasisältöjen ikäsuositusten kanssa eikä lähetysajan myöhentämisellä olisi merkittävää vaikutusta alkoholilain tavoitteiden kannalta, mutta se karsisi merkittävän osan televisio- ja radiomainosten täysi-ikäisestä kohdeyleisöstä ja ohjaisi siten mainontaa kotimaisesta televisio- ja radiotoiminnasta kansainvälisille verkkoalustoille.
4. Reilun kilpailun tavoitteen vastaista on myös säännellä Suomeen sijoittautuneita tilausohjelmalveluita ankarammin kuin niiden kanssa kilpailevia kansainvälisiä, Suomen ulkopuolelle sijoittautuneita tilausohjelmalveluita. Jälkimmäisillä on Suomessakin merkittävä markkinaosuus ja niiden ei kuitenkaan lähtökohtaisesti tarvitse noudattaa Suomen alkoholilakia mainosten sijoittelussa.

Medialiitto ry

Jukka Holmberg
toimitusjohtaja

Mikko Hoikka
toimialajohtaja

Medialiitto on media-alan ja graafisen teollisuuden yritysten edunvalvontajärjestö. Jäsenjärjestömme ovat Aikakausmedia, Graafinen Teollisuus, RadioMedia, Suomen Kustannusyhdistys ja Uutismedian liitto. Yhdessä edustamme noin 600:aa yritystä uutismedian, aikakausmedian, kirjojen ja oppimateriaalin kustantamisen sekä painamisen, radio- ja tv-toiminnan ja jakelun alueilla. Jäsenyritykset työllistävät Suomessa suoraan noin 20 000 henkilöä, ja liiton edustamien toimialojen yhteenlaskettu liikevaihto on noin 3,1 miljardia euroa.