

## LAKIALOITE

### Alkoholilain 33 §:n muuttamisesta

#### *Eduskunnalle*

Alkoholijuomat poikkeavat useimmista muista kulutushyödykkeistä, sillä ne aiheuttavat suuria terveydellisiä, sosiaalisia ja yhteiskunnallisia haittoja. Alkoholipolitiikan päämäärä on lain ja valtioneuvoston periaatepäätöksen mukaan vähentää alkoholihaittoja. Kasvattajien vastuu korostuu alkoholimainontaviidakon keskellä. Eduskunta päätti vapauttaa mietojen alkoholijuomien mainonnan vuoden 1995 alkoholilaissa siten, että ainoastaan erikseen mainitut esimerkiksi lapsia vahingoittavat elementit ovat kiellettyjä. Tämä ratkaisu on johtanut valvonnan ongelmiin ja vanhempien kasvatustehtävän kannalta epäasiallisen mainonnan lisääntymiseen.

Lapset törmäävät alkoholin mainontaan kaikkialla. Mainosten sisältö lisää tutkimusten mukaan lasten juomista. Vuonna 2009 tehdyn gallupin mukaan 13-17-vuotiaista kolme neljästä näki mainontaa televisiosta, kuusi kymmenestä kaupoissa ja lehdissä ja joka toinen ulkomainoksissa. Alkoholin mainonta ja markkinointi altistaa yhä nuoremmat ja nuoremmat, jopa alakouluikäiset lapset alkoholin käytölle. Kiistämätön tutkimusnäyttö osoittaa, että nuorten alkoholin käyttö alkaa tästä johtuen aikaisemmin, mistä voi seurata riippuvuutta ja alkoholista aiheutuvia haittoja aikuisiällä.

Suomalaisten koululaisten humalajuominen on vähentynyt selvästi 2000-luvulla, mutta se on edelleen yleisempää kuin Euroopassa keskimäärin (Hibell ym.2009). Nuorten terveystapatutkimuksen mukaan myönteinen kehitys on kuitenkin pysähtynyt ja joiltakin osin alkoholin käyttö on kääntynyt nuosuun vuosien 2007 ja 2009 välillä (Rainio et al.2009).

Alkoholimainontaa käsittelevä työryhmä luovutti muistionsa sosiaali- ja terveysministeriölle 3.6.2010. Työryhmässä kuultujen asiantuntijoiden lausunnot sekä kansan yleinen mielipide tukevat lainsäädännöllisten lisärajoitusten asettamista alkoholimainontaan.

Mietojen alkoholijuomien mainontaa rajoitettaisiin tehokkaasti siten, että ainoastaan täysi-ikäisten kuluttajien ostopäätöksiinsä tarvitsemia tietoja saisi esittää mainoksissa. Tällaisia tietoja ovat esimerkiksi tuotteen kuva, hintatiedot, saatavuus kaupasta, valmistusreseptit ja raaka-aineet, ruokasuositukset sekä voitettut tuotevertailut esimerkiksi viinimessuilla. Muu kuin tuotetietoa kuvaava mainonta olisi ehdotuksen mukaan kiellettyä. Alkoholimainontaa ei saisi myöskään esittää televisiossa tai radiossa nuorten katselu- ja kuunteluaikoina eli ennen kello 23:a.

Edellä olevan perusteella ehdotamme,  
että eduskunta hyväksyy seuraavan lakiehdotuksen:

**Laki**  
**alkoholilain 33 §:n muuttamisesta**

Eduskunnan päätöksen mukaisesti

*muutetaan* alkoholilain (1143/1994) 33 § sellaisena kun se on laissa 588/2007:

33 §

*Mainonnan säätely*

Väkevän alkoholijuoman mainonta, epäsuora mainonta ja muu myynninedistäminen sekä sen liittäminen muun tuotteen tai palvelun mainontaan ja myynninedistämistoimintaan on kielletty.

Miedon alkoholijuoman ja vähintään 1,2 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävän juoman mainonta, epäsuora mainonta ja muu myynninedistämistoiminta on kielletty, paitsi jos siinä esitetään yksinomaan seuraavia totuudenmukaisia tuotetietoja:

- 1) juoman nimi ja hinta;
- 2) pakkausmerkinnöissä esitetyt tiedot sekä valokuva tai piirros juomasta tai sen myyntipakkauksesta;
- 3) juoman valmistajaan, maahantuojaan, edustajaan ja myyntipaikoista saatavuuteen liittyvät kuluttajalle tarpeelliset tiedot;
- 4) juoman maantieteelliseen alkuperään, valmistustapaan, valmistusaineisiin, ainesosiin, koostumukseen, terveysvaaroihin ja erityisiin käyttötarkoituksiin liittyvät tiedot; sekä
- 5) viittaukset juoman makuun, tuoksuun, väriin, rakenteeseen sekä muihin aistinvaraisiin ominaisuuksiin sekä tuotevertailuihin.

Edellä 2 momentista poiketen mainonta on kiellettyä myös, jos

- 1) se kohdistuu alaikäisiin tai muihin henkilöihin, joille alkoholijuomaa ei 16 §:n mukaan saa myydä, taikka siinä kuvataan tällaisia henkilöitä;
- 2) se toteutetaan televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain (744/1998) mukaisessa televisio- tai radiotoiminnassa kello 7–23 tai kuvaohjelmien tarkastamisesta annetun lain (775/2000) mukaisesti 18 vuotta nuoremmille esitettäväksi sallitun kuvaohjelman elokuvateatterissa tapahtuvan julkisen esittämisen yhteydessä;

3) siinä yhdistetään alkoholin käyttö ajoneuvolla ajamiseen;  
4) siinä korostetaan alkoholijuoman alkoholipitoisuutta myönteisenä ominaisuutena;  
5) siinä luodaan kuva, että alkoholin käyttö lisää suorituskykyä taikka edistää sosiaalista tai seksuaalista menestystä;

6) siinä luodaan kuva, että alkoholilla on lääkinnällisiä tai terapeuttisia ominaisuuksia tai että se piristää, rauhoittaa tai on keino ristiriitojen ratkaisemiseksi; sekä

7) se on hyvän tavan vastaista, siinä käytetään kuluttajan kannalta sopimatonta menettelyä taikka annetaan muutoin alkoholista, sen käytöstä, vaikutuksista tai muista ominaisuuksista totuuden vastaista taikka harhaanjohtavaa tietoa.

Epäsuorana mainontana pidetään erityisesti 1 ja 2 momentissa tarkoitetun juoman ja alkoholijuoman myynnin edistämistä muun hyödykkeen mainonnan yhteydessä siten, että muun hyödykkeen tunnuksena käytetään sellaisenaan tai tunnistettavasti muunnettuna 1 tai 2 momentissa tarkoitetulle juomalle tai alkoholijuomalle vakiintunutta tunnusta tai että siitä muutoin välittyy mielikuva tietystä 1 ja 2 momentissa tarkoitetusta juomasta tai alkoholijuomasta.

Sen estämättä, mitä 1 momentissa säädetään, väkevän alkoholijuoman mainontaa ja muuta myynninedistämistoimintaa voidaan harjoittaa siten kuin sosiaali- ja terveysministeriö siitä tarkemmin määrää:

1) Sosiaali- ja terveydenhuollon lupa- ja valvontaviraston hyväksymässä majoitus- ja ravitsemisalalan tai vähittäismyynnin ammattijulkaisussa tai muussa alkoholijuomien myyntiin osallistuville levitettävässä painokirjoituksessa, jonka levikki ja levitystapa ovat sosiaali- ja terveysministeriön antamien määräysten mukaisia; sekä

2) alkoholijuomien anniskelupaikoissa, vähittäismyyntipaikoissa ja valmistuspaikoissa.

Lupa- ja valvontavirasto voi peruuttaa 5 momentissa tarkoitetun hyväksymisensä, jos:

1) ammattijulkaisun tai painokirjoituksen levikissä tai levitystavassa on tapahtunut muutos;

2) tuotevalvontakeskukselle ei ole ilmoitettu kaikkia hyväksymisen kannalta tärkeitä tietoja;

tai

3) julkaisemisessa on tapahtunut väärinkäytöksiä.

---

Tämä laki tulee voimaan \_\_\_\_\_ päivänä \_\_\_\_\_ kuuta 20\_\_\_\_.

---



