



Alkoholimainonnan rajoituksia lievennettävä

Alkoholimainonta on Suomessa tiukasti säänneltyä. Vuonna 2015 tiukennetut alkoholin mainontasäädökset pysyivät pitkälti samoina, vaikka alkoholilaki höllentyi vuonna 2018.

Mainonnassa, kuten etämyynnissäkin, kotimaiset ja ulkomaiset toimijat pelaavat käytännössä eri säännöillä, vaikka laki on molemmille sama. Mainonnan valvonta valvojan viranomaisen mukaan on vaikeaa, koska suurin osa markkinoinnista on globaalia ja tapahtuu verkossa. Mainonnan valvonta perustuu lähinnä viranomaisille annettaviin ilmoituksiin. Viranomaisten mukaan resurssit eivät riitä muuhun kuin kotimaisten toimijoiden valvontaan. Ulkomainen toimija voi varsin vapaasti markkinoida juomia, myös väkeviä, esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

Jos kuluttaja kirjoittaa vaikkapa kotimaisen lonkeroa tekevän panimon sosiaalisen median kanavaan palautteen, että olipa maistuva juoma, yrityksen pitää poistaa kommentti, sillä se lasketaan kielletyksi mainonnaksi. Samaan aikaan ulkomaiset yritykset voivat kommunikoida kuluttajien kanssa vapaasti.

Kotimaisten tuotemerkkien tasapuoliset kilpailumahdollisuudet kansainvälisten tuotemerkkien suhteen pitää turvata.

Tavoite:

- Alkoholijuomien mainontaa koskeva lainsäädäntö on kohtuullistettava, ja lievennettävä ulkomainontaan ja sosiaaliseen mediaan liittyviä rajoitteita.