



Valvira

Sosiaali- ja terveysalan
lupa- ja valvontavirasto

Ohje alkoholin markkinoinnista

Sisällys

Johdanto.....	3
Säännökset	4
1 Väkevät alkoholijuomat	7
1.1 Väkevien alkoholijuomien markkinointi kuluttajille (AlkoL 50.1 §)	7
1.2 Väkevien alkoholijuomien epäsuora mainonta.....	9
1.3 Väkevien alkoholijuomien hinnastot ja tuoteluettelot (AlkoL 50.3 §).....	10
1.4 Väkevien alkoholijuomien antaminen vastikkeetta (AlkoL 50.1 §)	11
1.5 Yrityskuvamainonta (AlkoL 50.1 §)	12
1.6 Alkoholialan ammattilaisiin kohdistuva mainonta (AlkoL 50.3 §:n 3 kohta)	13
2 Miedot alkoholijuomat	14
2.1 Alaikäisiin kohdistuva markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 1 kohta)	15
2.2 Alkoholinkäytön yhdistäminen ajoneuvolla ajamiseen (AlkoL 50.2 §:n 2 kohta)	16
2.3 Alkoholipitoisuuden korostaminen myönteisenä ominaisuutena (AlkoL 50.2 §:n 3 kohta)	17
2.4 Runsasta alkoholinkäyttöä myönteisesti taikka raittiutta tai kohtuukäyttöä kielteisesti kuvaava markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 4 kohta).....	18
2.5 Suorituskyvyn lisääntymistä taikka sosiaalista tai seksuaalista menestystä lupaava markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 5 kohta)	18
2.6 Lääkinnällisiä vaikutuksia lupaava markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 6 kohta)	19
2.7 Hyvän tavan vastainen, sopimaton tai harhaanjohtava markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 7 kohta)	20
2.8 Televisiossa, radiossa ja elokuvateatterissa toteutettu mainonta (AlkoL 50.2 §:n 8 kohta)	23
2.9 Yleisellä paikalla toteutettu mainonta (AlkoL 50.2 §:n 9 kohta ja 50.4 §)	24
2.9.1 Yleisen paikan määritelmä.....	24
2.9.2 Poikkeukset yleisten paikkojen mainonnan kieltoon.....	25
2.9.3 Markkinointi muun tuotteen tai palvelun mainonnan yhteydessä sekä epäsuora mainonta.....	27
2.10 Pelit, arpajaiset ja kilpailut (AlkoL 50.2 §:n 10 kohta)	29
2.11 Kuluttajien tuottaman sisällön hyödyntäminen ja mainonnan tarjoaminen kuluttajien jaettavaksi tietoverkon palveluissa (AlkoL 50.2 §:n 11 kohta)	29
3 Alkoholien markkinointi ravintolassa	32
3.1 Väkevien alkoholijuomien markkinointi ravintolassa (AlkoL 50.1 § ja 50.4 §:n 1 kohta).....	32
3.2 Mietojen alkoholijuomien markkinointi ravintolassa (AlkoL 50.2 §).....	33
4 Hinnan ilmoittaminen, hinnoittelu ja alkoholien ostosta annettavat hyvitykset	36
4.1 Hinnan ilmoittaminen markkinoinnissa.....	36
4.2 Hinnoittelu (AlkoL 51.1 §).....	36
4.3 Alkoholijuomien hinnasta annettavan hyvityksen kieltäminen (AlkoL 51.2 §).....	38
4.4 Alkoholijuomien tarjoushinnoista ilmoittaminen (AlkoL 51.3 §).....	38
5 Erityiskysymyksiä	39
5.1 Alkoholijuomien esillä pitäminen	39
5.2 Alkoholipitoiset 1,2 – 2,8 tilavuusprosenttia sisältävät juomat	40
5.3 Alkoholivalmisteet	41
5.4 Kylkiäiset ja yhdistetyt tarjoukset	41
5.5 Alkoholimainonta ja urheilu	43
5.6 Alkoholijuoman käyttäminen muun hyödykkeen oheistuotteena	44
5.7 Maistiaisets	45
5.8 Liikelahjapakkaukset.....	46
5.9 Alkoholijuomien markkinointi tax free -myymälöissä.....	47
5.10 Alkoholijuomien markkinointi ulkomaisessa julkaisu- ja ohjelmatoiminnassa (AlkoL 50.5 §) sekä internetissä	48
6 Alkoholijuomien markkinoinnin valvonta (AlkoL 68 - 70 §:t)	50
6.1 Toimivalta ja seuraamukset	50
6.2 Mainoksen julkaisijan vastuu.....	52

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Johdanto

Tämä uusittu versio alkoholijuomien markkinointiohjeesta koskee alkoholilain (1102/2017) 7 luvussa tarkoitettu markkinointia. Lain 3 §:ssä todetaan markkinoinnilla tarkoitettavan mainontaa, epäsuoraa mainontaa ja muuta myynninedistämistoimintaa. Epäsuoraa mainontaa on erityisesti tuotteen myynninedistäminen muun hyödykkeen mainonnan yhteydessä siten, että muun hyödykkeen tunnuksena käytetään sellaisenaan tai tunnistettavasti muunnettuna tuotteen tai sen myyjän vakiintunutta tunnusta tai että muun tuotteen mainonnasta muutoin välittyy mielikuva tietystä tuotteesta tai sen myyjästä.

Alkoholijuomapakkauksen sekä sen etiketin kuvituksen ja tekstien voidaan katsoa olevan osa kuluttajiin kohdistuvaa myynninedistämistoimintaa, jos niitä hyödynnetään tuotteen markkinoinnissa, kuten esimerkiksi mainoskuvissa ja mainoslauseina. Näissä tapauksissa myös niitä voidaan arvioida alkoholilain markkinointisäännösten nojalla.

Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontaviraston (Valvira) ohjeessa on kysymys alkoholilain markkinointisäännösten soveltamista koskevasta ohjeesta, jossa esitellään myös valvontaviranomaisten tähänastista ratkaisukäytäntöä. Koska alkoholilain kokonaisuudistuksen yhteydessä markkinointipykälä muutettiin vain osittain, ohje sisältää myös edellisen lain aikana syntyneitä ratkaisukäytäntöä.

Ohje on annettu aluehallintovirastoille otettavaksi huomioon alkoholin markkinoinnin valvonnassa. Ohjeen tarkoituksena on luoda yleiset toimintaperiaatteet yhtenäisen valvontakäytännön aikaansaamiseksi koko maassa. Sen on tarkoitus antaa myös alan elinkeinonharjoittajille ja mainonnan suunnittelijoille suuntaviivoja, millaisia seikkoja on otettava huomioon markkinointia suunniteltaessa ja toteutettaessa.

Markkinointiohje sisältää esimerkkejä siitä, minkälainen markkinointi voidaan katsoa sallituksi tai kielletyksi. Ohjetta käytäntöön sovellettaessa on kuitenkin otettava huomioon, että harkinta sallitusta tai kielletystä toiminnasta tehdään tapauskohtaisesti. Lisäksi markkinoinnista syntyvällä kokonaisvaikutelmalla on olennainen merkitys arvioitaessa sitä, milloin toiminta voidaan katsoa lainvastaiseksi.

Markkinointi on jatkuvasti muuttuvaa toimintaa. Sen vuoksi ohje ei voi olla tyhjentävä esitys kielletyistä tai sallituista mainonta- ja myynninedistämiskeinoista. Valvira seuraa markkinoinnin kehittymistä sekä vaikutuksia ja päivittää ohjetta tarvittaessa. Lainmuutosten voimaan tulon myötä syntyvää tulkintakäytäntöä lisätään ohjeeseen.

Tässä ohjeessa on huomioitu 1.1.2018 voimaan tulevat muutokset, joilla on muun ohessa poistettu lyhytaikaisen tarjoushintaillmoittelun kieltö anniskelun osalta sekä asetettu uusi alkoholijuomien hinnasta annettavan hyvityksen kieltö sekä lisätty poikkeuksia väkevän alkoholijuoman mainontakieltoon.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Säännökset

3 § 1 – 4, 16 kohdat

Määritelmät

Tässä laissa tarkoitetaan:

- 1) alkoholipitoisella aineella sellaista ainetta ja tuotetta, joka sisältää enemmän kuin 1,2 tilavuusprosenttia etyylialkoholia;
- 2) alkoholijuomalla juotavaksi tarkoitettua alkoholipitoista ainetta, joka sisältää enintään 80 tilavuusprosenttia etyylialkoholia;
- 3) miedolla alkoholijuomalla alkoholijuomaa, joka sisältää enintään 22 tilavuusprosenttia etyylialkoholia;
- 4) väkevällä alkoholijuomalla alkoholijuomaa, joka sisältää enemmän kuin 22 tilavuusprosenttia etyylialkoholia;
- 16) markkinoinnilla mainontaa, epäsuoraa mainontaa ja muuta myynninedistämistoimintaa; epäsuoraa mainontaa on erityisesti tuotteen myynninedistäminen muun hyödykkeen mainonnan yhteydessä siten, että muun hyödykkeen tunnuksena käytetään sellaisenaan tai tunnistettavasti muunnettuna tuotteen tai sen myyjän vakiintunutta tunnusta tai että muun tuotteen mainonnasta muutoin välittyvä mielikuva tietystä tuotteesta tai sen myyjästä.

Tämän lain myyntiä koskevia säännöksiä sovelletaan myös elinkeinotoiminnassa tapahtuvaan alkoholipitoisen aineen vastiketta vastaan tapahtuvaan ja muun hyödykkeen tai palvelun yhteydessä markkinoituun alkoholipitoisen aineen välittämiseen ja luovuttamiseen, ellei tässä laissa toisin säädetä.

4 § Hyvän tavan vastaisten toimien kieltö

Alkoholipitoisten aineiden valmistuksessa, maahantuonnissa, myynnissä ja markkinoinnissa ja niiden yhteydessä sopimuksen tai muun järjestelyn mukaisesti harjoitettavassa elinkeino-toiminnassa ei saa toimia hyvän tavan vastaisesti.

Toimea pidetään hyvän tavan vastaisena, jos se on selvästi ristiriidassa yleisesti hyväksytyjen yhteiskunnallisten arvojen kanssa ja erityisesti, jos siinä suhtaudutaan hyväksyvästi tai välinpitämättömästi terveyden vaarantamiseen alkoholin vaikutuksen alaisena taikka huumausaineilla, lääkevalmisteilla tai kemikaaleilla.

7 luku Markkinointi ja hinnoittelu

50 § Markkinoinnin sääntely

Väkevän alkoholijuoman markkinointi on kielletty.

Miedon alkoholijuoman markkinointi sekä sen liittäminen muun tuotteen tai palvelun markkinointiin on kielletty, jos:

- 1) se kohdistuu alaikäisiin tai muihin henkilöihin, joille alkoholijuomaa ei 37 §:n mukaan saa myydä, tai siinä kuvataan tällaisia henkilöitä;
- 2) siinä yhdistetään alkoholin käyttö ajoneuvolla ajamiseen;
- 3) siinä korostetaan alkoholijuoman alkoholipitoisuutta myönteisenä ominaisuutena;

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

- 4) siinä kuvataan alkoholin runsasta käyttöä myönteisesti taikka raittius tai alkoholin kohtuukäyttö kielteisesti;
- 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;
- 7) se on hyvän tavan vastaista, siinä käytetään kuluttajan kannalta sopimattomaa menettelyä taikka annetaan muutoin alkoholista, sen käytöstä, vaikutuksista tai muista ominaisuuksista totuuden vastaista tai harhaanjohtavaa tietoa;
- 8) se toteutetaan tietoyhteiskuntakaaren (917/2014) mukaisessa televisio- ja radiotoiminnassa kello 7—22 tai kuvaohjelman, jonka ikäraja on kuvaohjelmalain (710/2011) mukaan alle 18 vuotta, elokuvateatterissa tapahtuvan julkisen esittämisen yhteydessä;
- 9) se toteutetaan tai kohdistetaan yleisölle järjestyslaissa (612/2003) tarkoitetulla yleisellä paikalla;
- 10) siinä käytetään kuluttajan osallistumista peliin, arpajaisiin tai kilpailuun;
- 11) sen kaupallinen toteuttaja käyttää hallitsemassaan tietoverkon palvelussa kuluttajien tuottamaa sanallista tai kuvallista sisältöä tai saattaa palvelun välityksellä kuluttajien jaettavaksi tuottamaansa tai kuluttajien tuottamaa sanallista tai kuvallista sisältöä.

Edellä 1 momentissa säädetystä poiketen väkevää alkoholijuomaa saa markkinoida 2 momentissa säädettyin rajoituksin:

- 1) väkevien alkoholijuomien valmistus-, vähittäismyynti- ja anniskelupaikoissa;
- 2) painetussa tai tietoverkossa esitetyssä vähittäismyynti- tai anniskeluhinnastossa sekä valmistajan tai tukkumyyjän tuoteluettelossa siten, että kaikki saatavilla olevat juomat esitellään kuluttajille yhdenmukaisella tavalla; sekä
- 3) muutoinkin alkoholijuomien myyntiin osallistuville, ei kuitenkaan kuluttajille avoimena olevassa tietoverkossa.

Edellä 2 momentin 9 kohdassa säädetty kielto ei koske miedon alkoholijuoman markkinointia muutoin 2 momentissa säädettyin rajoituksin:

- 1) kokoontumislaisissa (530/1999) tarkoitetussa yleisötilaisuudessa ja siihen pysyvästi käytettävässä paikassa;
- 2) kansainvälisessä liikenteessä käytettävässä aluksessa;
- 3) vähittäismyynti- ja anniskelupaikassa;
- 4) vähittäismyynti- ja anniskelupaikan ulkopuolella juoman saatavuuden ja hinnan ilmoittamisen osalta.

Edellä 1 ja 2 momenttia ei sovelleta sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä annetussa laissa (460/2003) tarkoitettuun julkaisu- ja ohjelmatoimintaan, jota muu kuin Suomeen sijoittautunut elinkeinonharjoittaja harjoittaa ulkomailla ja joka on tarkoitettu vastaanotettavaksi yksinomaan muualla kuin Suomessa tai saman sisältöisenä vastaanottajan maasta riippumatta. Säännöksiä sovelletaan kuitenkin ulkomailta harjoitettuun Suomessa markkinoilla olevien alkoholijuomien markkinointiin, joka on tarkoitettu vastaanotettavaksi erityisesti Suomessa.

51 § Hinnoittelu ja hinnan ilmoittaminen

Kahden tai useamman alkoholijuomapakkauksen tai -annoksen tarjoaminen alennettuun yhteishintaan vähittäismyynnissä ja anniskelussa on kielletty.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Alkoholijuoman hinnasta annettavan hyvityksen, joka lasketaan alkoholi-juomien tai muiden kulutushyödykkeiden ja palveluiden ostojen perusteella, tarjoaminen ja maksaminen vähittäismyynnissä ja anniskelussa on kielletty.

Alle kahden kuukauden ajaksi rajatusta alkoholijuomapakkauksen tarjoushinnasta ilmoittaminen vähittäismyyntipaikan ulkopuolella on kielletty.

10 luku Kiellot ja rikkomusten seuraamukset

68 § Valvontaviranomaisen kiellot ja turvaamistoimet

Jos alkoholijuomaa markkinoidaan 50 tai 51 §:n vastaisesti, valvontaviranomainen voi kieltää markkinoinnin tilaajaa tai toimeenpanijaa sekä näiden palveluksessa olevaa jatkamasta tai toistamasta säännösten vastaista toimintaa.

Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto voi kieltää alkoholipitoisen aineen luovuttamisen markkinoille tai korvauksetta velvoittaa poistamaan alkoholipitoisen aineen markkinoilta, jos tuote tai sen esittely ovat siitä annettujen säännösten ja määräysten vastaisia tai jos tuotteen laatua tai siitä mahdollisesti aiheutuvia terveydellisiä haittoja ja vaaroja ei ole asianmukaisesti valvottu tai jos kiello on muutoin perusteltu ihmisten terveyden suojelemiseksi.

Valvontaviranomainen voi kieltää luvanhaltijaa jatkamasta tässä laissa tarkoitettua elinkeinotoimintaa siltä osin kuin se on olennaisesti 4 §:ssä tarkoitettulla tavalla hyvän tavan vastaista eikä kyseistä toimintaa ole korjattu tai lopetettu asetetussa kohtuullisessa määräajassa kohtuullisessa ajassa valvontaviranomaisen kehotuksesta huolimatta.

Jos 1—3 momentissa tarkoitettujen säännösten ja määräysten vastaisen tai terveydelle haitallisen menettelyn jatkaminen tai toistaminen on menettelyn laajuuden tai merkityksen johdosta tarpeen kiireellisesti estää, Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto voi mainituissa momenteissa tarkoitettussa asiassa sekä aluehallintovirasto 1 ja 3 momentissa tarkoitettussa asiassa väliaikaisesti ennen asian lopullista ratkaisemista antaa tätä tarkoittavan kiellon. Väliaikainen kiello tulee voimaan heti, ja se voidaan peruuttaa ennen asian lopullista ratkaisemista.

69 § Oikaisu

Valvontaviranomainen voi 68 §:ssä säädetyistä kiellosta päättäessään tai väliaikaisen kiellon määrätessään velvoittaa kiellon saaneen oikaisemaan menettelyn asetetussa määräajassa ja määrätyllä tavalla, jos sitä säännösten vastaisesta menettelystä aiheutuvien ilmeisten haittojen vuoksi on pidettävä tarpeellisenä.

70 § Uhkasakko ja teettäminen

Valvontaviranomainen voi tehostaa tämän lain säännösten perusteella antamaansa kielloa tai määräystä taikka määräämänsä oikaisua uhkasakolla tai uhalla, että asetetun määräajan jälkeen tekemättä jätetty toimenpide teetetään laiminlyöjän kustannuksella.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Valvontaviranomaisen 68 ja 69 §:ssä tarkoitetussa asiassa asettaman uhkasakon tuomitsee ja teettämisuhan täytäntöönpanosta päättää uhkasakon tai teettämisuhan asettajan hakemuksesta markkinaoikeus.

Muutoksenhausta uhkasakkoon ja teettämisuhkaan säädetään 82 §:ssä. Muutoin uhkasakosta ja teettämisuhasta säädetään uhkasakkolaissa (1113/1990).

90 § Rangaistussäännökset

Rangaistus alkoholijuoman markkinointirikoksesta säädetään rikoslain 30 luvun 1 a §:ssä.

Joka tahallaan markkinoi mietoa alkoholijuomaa 50 tai 51 §:n vastaisesti, on tuomittava, jollei teosta muualla laissa säädetä ankarampaa rangaistusta, alkoholirikkomuksesta sakkoon.

Rikoslain 30 luku

1 a § Alkoholijuoman markkinointirikos

Joka alkoholilain 33 §:n tai sen nojalla annetun säännöksen vastaisesti

- 1) mainostaa suorasti tai epäsuorasti väkevää alkoholijuomaa tai muuten edistää väkevän alkoholijuoman myyntiä,
- 2) kohdistaa alaikäisiin miedon alkoholijuoman mainontaa, epäsuoraa mainontaa tai muuta myynnin edistämistä taikka liittyy sen alaikäisiin kohdistuvaan muun tuotteen tai palvelun mainontaan tai myynninedistämistoimintaan taikka
- 3) 2 kohdassa tarkoitetussa miedon alkoholijuoman markkinoinnissa kuvaa alaikäisiä, on tuomittava alkoholijuoman markkinointirikoksesta sakkoon tai vankeuteen enintään kuudeksi kuukaudeksi.

1 Väkevät alkoholijuomat

1.1 Väkevien alkoholijuomien markkinointi kuluttajille (AlkoL 50.1 §)

Alkoholilaissa asetetaan pääsäännöksi, että väkevien eli yli 22-prosenttisten alkoholijuomien markkinointi on **kiellettyä**.

Sallittua se on vain erikseen säädettyissä **poikkeustapauksissa**, joita ovat alkoholijuomien myyntiin osallistuviin kohdistuva mainonta, ulkomainen julkaisu- ja ohjelmatoiminta sekä mainonta väkevien alkoholijuomien anniskelu-, vähittäismyynti- ja valmistuspaikoissa.

Lisäksi väkeviä alkoholijuomia sisältävä vähittäismyynti- tai anniskeluhinnasto sekä valmistajan tai tukkumyyjän tuoteluettelo on sallittu poikkeussäännöksellä. Edellytyksenä on, että hinnastossa tai tuoteluettelossa esitellään kaikki myynnissä olevat alkoholijuomat (sekä miedot että väkevät) yhdenmukaisella tavalla.

Näitä poikkeuksia käsitellään tarkemmin tässä ohjeessa luvussa 1.3.

Mitä luvussa 3.1 esitetään väkevän alkoholijuoman mainonnasta ravintoloissa, koskee soveltuvin osin myös väkevän alkoholijuoman valmistus- ja vähittäismyyntipaikoissa toteutettua mainontaa ja tuotteiden esilläpitoa.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Markkinointia on paitsi perinteinen mediamainonta, myös muu kuluttajille suunnattu kaupallinen tiedottaminen, kuten esimerkiksi väkevien juomien tunnuksilla varustettujen mainosesineiden tai asusteiden jakaminen.

Mainontasäännökset eivät rajoitu vain tietyn **tuotemerkin** markkinointiin, vaan myös **lajinimellä** tapahtuva mainonta voi olla kiellettyä. Esimerkiksi konjakkia sisältävä drinkkiresepti maahantuojan internetsivuilla on tarkoitettu lisäämään myös konjakin myyntiä riippumatta siitä, minkä merkistä konjakkia on myynissä.

Väkevän alkoholijuoman **lajinimen** mainitseminen ei ole kiellettyä muiden tuotteiden mainonnassa, jos mainonnalla ei ole yhteyttä väkevien alkoholijuomien myyntiin: esimerkiksi suklaatehdas saa mainostaa ”Cognac-likööri-suklaata” ja jäätelötehdas ”rommi-rusinajäätelöä”.

Perustuslaki turvaa jokaisen oikeuden ilmaisu- ja sananvapauteen. Oikeus käsittää joukkoviestinnän journalistisen sananvapauden. Perustuslaki turvaa myös taiteen vapauden. Alkoholijuomien markkinoinnin rajoitukset eivät koske yksityishenkilöitä tai journalistisen sananvapauden tai taiteen vapauden puitteissa tuotettua aineistoa. Jos henkilö on asemassa, jossa hän hyötyy väkevän alkoholijuoman mainonnasta, voi väkevän alkoholijuoman mainontakielto koskea kuitenkin myös yksittäistä henkilöä. Tällainen henkilö on esimerkiksi väkevää alkoholijuomaa valmistavassa, myyvässä tai maahantuovassa yrityksessä päättävässä asemassa toimiva henkilö.

Vastaavasti esimerkiksi blogikirjoittaja ei saa korvausta vastaan esitellä blogissaan väkeviä alkoholijuomia. On myös huomioitava, että alkoholialan toimija voi syyllistyä alkoholilain vastaiseen toimintaan luovuttaessaan mainonnaksi katsottavia tietoja väkevästä alkoholijuomasta kuluttajan asemassa olevalle kirjoittajalle, koska väkevien alkoholijuomien mainonta kuluttajille on kiellettyä.

Kysymystä mainonnan kaupallisesta toteuttajasta käsitellään tarkemmin luvussa 2.11.

Joukkotiedotusvälineiden toimituksellisessa tekstissä sekä tieto-, oppi-, keitto- kirjoissa ym. voidaan esitellä väkeviä alkoholijuomia myös kuluttajille. Toiminta on kuitenkin kiellettyä, jos esittelyn tarkoituksena on näiden juomien myynninedistäminen. Myynninedistämistä voi olla esimerkiksi teksti, jossa yksinomaan toistetaan juoman valmistajan toimittamaa mainonnallista aineistoa tai jonka julkaisemisesta tämä on maksanut. Myös yhden yksittäisen tuotteen tai vain tietyn valmistajan tuotteiden esilletuomista kyseistä juomalajia yleisesti koskevan tuotetietouden jakamisen sijasta on pidettävä kiellettynä.

Toisesta EU:n jäsenvaltiosta lähetettävään televisiolähetykseen ei lähtökohtaisesti sovelleta kansallisia mainontasäännöksiä, vaan niissä voi näkyä väkevien alkoholijuomien mainoksia, jos väkevien mainonta on lähettäjämaassa sallittu (ks. tarkemmin luku 5.10). Tällaisen lähetysten toistamista jälkeenpäin, esimerkiksi näyttämällä sitä markkinointitilaisuudessa tai messuilla videolta, pidetään kuitenkin Suomessa toteutettuna mainontana.

Väkevien alkoholijuomien markkinoinnin kiellolla ei ole tarkoitus estää tai kohuttomasti vaikeuttaa lainmukaista alkoholijuomien myyntitoimintaa. Tästä

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

syystä viranomaisen ei lähtökohtaisesti puutu väkevien alkoholijuomien lajinimien mainitsemiseen silloin, kun anniskelutoiminta on luonteeltaan sellaista, että toiminnan markkinointi lajinimeä mainitsematta olisi selvästi kohuttoman hankalaa (esimerkiksi viski-messut).

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Alkoholijuomien myynninedistämistä internetissä koskevat samat säännöt kuin alkoholijuomien muutakin myynninedistämistä. Väkevälle alkoholijuomalle perustettu Facebook-sivu katsottiin alkoholilain 33 §:n 1 (nyk 50.1 §) momentin vastaiseksi. (Kielto 5823/13.08.00.02/2012)

Alkoholijuomien valmistaja oli jakanut lehdille ja julkaissut Facebook-sivuillaan tiedotteen, jossa kerrottiin yhtiön viskin tulemisesta myyntiin uudessa erikoispakkauksessa. Tiedote oli kirjoitettu mainoskielen tyyllillä, ja useat lehdet julkaisivat tiedotteen lähes sellaisenaan. Valvira antoi yhtiölle ohjeen olla julkaisematta tai jakamatta väkeviä alkoholia esitteleviä tiedotteita muille tiedotusvälineille kuin ammattijulkaisuille. (Päätös 926/99/002/2011)

Suunnitteilla ollut väkevästä alkoholijuomista kertova tv-ohjelma, jonka rahoituksesta vastaisivat osittain alkoholialalla toimivat yritykset, katsottiin väkevän alkoholijuoman kielletyksi myynninedistämiseksi, vaikka ohjelmatussissa ja lopputeksteissä rahoittajien nimiä ei olisi mainittu. Ohjelmassa ei katsottu olevan kyse puhtaasti tiedonvälityksen vapauden puitteissa tuotetusta informaatiosta, vaan osittain kaupallisesta viestinnästä, jolla oli epäsuora mainontatarkoitus. (Kirje 702/99/2011/002/001)

Katso myös

[1.6 Alkoholialan ammattilaisiin kohdistuva mainonta](#)

[5.7 Maistiaiset](#)

[5.10 Alkoholijuomien mainonta ulkomaisessa julkaisu- ja ohjelmatoiminnassa sekä internetissä](#)

1.2 Väkevien alkoholijuomien epäsuora mainonta

Epäsuoraa mainontaa esiintyy erityisesti tuoteperhemarkkinoinnin, sponsoinnin, tuotesijoittelun ja yrityskuvamarkkinoinnin yhteydessä, mutta se on mahdollista muussakin muodossa.

Väkevälle alkoholijuomalle vakiintunutta **tunnusta** ei saa käyttää mainonnassa sellaisenaan eikä tunnistettavasti muunnettuna muun tuotteen tai palvelun tunnuksena. Muun tuotteen mainonnasta ei saa muutenkaan välittyä **mielikuvaa** tietystä väkevästä alkoholijuomasta. Tällainen mielikuva voi syntyä esimerkiksi juomaan yhdistettävien kuvien tai tunnusvärien avulla.

Väkevän alkoholijuoman tunnus on ymmärrettävä laajasti. Se voi muodostua juoman nimestä, kutsumanimestä, tunnuskuviosta jne. Tunnus voidaan vakiinnuttaa rekisteröimällä se tavaramerkiksi tai se voi vakiintua käytännössä, kuten nimitys ”Kossu”. Tunnuksen muuntelu ei tee mainontaa sallituksi, jos tunnus on edelleen tunnistettavissa väkevän alkoholijuoman tunnukseksi.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Epäsuoraksi markkinoinniksi voi muodostua tilanne, jossa väkevän alkoholijuoman valmistaja haluaa kiertää väkevien mainontakieltoa perustamalla tuoterperheen ja lisää näin oman alkoholijuomansa mainontaa muiden tuotteiden avulla. Esimerkkinä voidaan mainita tilanne, jossa vakiintuneen ja tunnetun väkevän alkoholijuoman valmistaja lanseerai samanimisen alkoholittoman juoman.

Muulla tuotteella voi olla täysin sattumanvaraisesti sama tuotenimi kuin väkevällä alkoholijuomalla. Esimerkiksi Finlandia-talon tai Koskenkorvan paikkakunnan nimen ei muussa yhteydessä mainittuna voida sellaisenaan katsoa edistävän alkoholijuomien myyntiä. Riippuu asiayhteydestä ja kokonaisuudesta, jossa tällaista nimeä käytetään, onko kyseessä kielletty väkevien alkoholijuomien myynninedistäminen.

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Suunnitellun vodkapakkauksen etikettiä, johon olisi sisällynyt tunnetun makeistuotteen nimi ja tavaramerkki, pidettiin väkevän alkoholijuoman epäsuoran mainonnan kiellon vastaisena. Karamellipakkausten myynti päivittäistavara-kaupoissa ja tuotteen markkinointi alkoholijuomien anniskelu-, vähittäismyynti- ja valmistuspaikan ulkopuolella olisi muodostunut alkoholilain 33 §:n 1 momentin vastaiseksi väkevän alkoholijuoman epäsuoraksi mainonnaksi. Suunniteltu vodkapakkaus oli mainontasäännösten kannalta ongelmallinen myös siitä syystä, että makeistuotteen tuotemerkin käyttäminen olisi tehnyt myynninedistämistoiminnasta alaikäisiin kohdistuvaa. (Lausunto 232/41/03)

1.3 Väkevien alkoholijuomien hinnastot ja tuoteluettelot (AlkoL 50.3 §)

Väkevien alkoholijuomien vähittäismyyntipaikassa sekä anniskelupaikassa voi olla yleisön saatavana hinnasto, Luovutuspaikkaluvan saanut alkoholijuomien luovutuspaikka rinnastetaan hinnaston osalta vähittäismyyntipaikkaan.

Hinnasto voi olla painettu tai se voidaan esittää sähköisessä muodossa tietoverkossa. Myös valmistajat ja tukkumyyjät voivat julkaista tuoteluettelonsa. Verkossa hinnasto voidaan julkaista vain myyjän omilla internetsivuilla. Painettua tai sähköisessä muodossa olevaa hinnastoa ei voi lähettää asiakkaalle.

Väkevien alkoholijuomien mainontakiellosta seuraa, että asiakkaille mukaan vietäväksi tarkoitettussa samoin kuin tietoverkossa julkaistuissa hinnastoissa ja tuoteluetteloissa on esitettävä kaikki saatavilla olevat (sekä miedot että väkevät) alkoholijuomat hillitysti ja keskenään yhdenmukaisella tavalla. Tämä tarkoittaa, ettei yksittäistä juomaa saa korostaa fontein, värein tai esimerkiksi asettelullisin keinoin.

Hinnastossa voidaan esittää alkoholijuomien asialliset tuotetiedot kuten esimerkiksi alkoholijuoman nimi, valmistajan nimi, pakkauksen koko, hinta sekä valmistusmaan tai muun juoman alkuperää kuvaavan alueen nimi. Lisäksi hinnastossa on mahdollista esittää alkoholijuomapullon tai -pakkauksen hillitty kuva. Kuva tuotteesta tai sen vähittäismyyntipakkauksesta voidaan antaa tuotetietona ainoastaan muuhun tuotetietoon liitettynä.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Hinnasto voi lisäksi sisältää sellaisia puhtaasti informatiivisia alkoholijuomien tuoteryhmäkuvauksia, jotka eivät sisällä mainonnallisia elementtejä. Tuoteryhmäkuvauksella tarkoitetaan esimerkiksi tiettyyn tuoteryhmään kuuluvien alkoholijuomien valmistusaineiden ja -tapojen, makuominaisuuksien sekä viittauksia käyttötavoista. Myös tällaisten tuoteryhmäkuvausten on koskettava tasapuolisesti kaikkia alkoholijuomaryhmiä.

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Laivayhtiön verkkosivuilla esiteltiin alkoholijuomia keskenään epäyhdenmukaisella tavalla niin, että yksittäisiä tuotteita oli korostettu kuvalla. Valvira antoi yhtiölle ohjeet siitä, että kaikki juomat tulee esittää keskenään yhdenmukaisella tavalla, eikä mitään yksittäisiä juomia korosteta. (Ohjaava kirje 8960/13.08.02.01/2014)

1.4 Väkevien alkoholijuomien antaminen vastikkeetta (AlkoL 50.1 §)

Väkevän alkoholijuoman markkinointi on alkoholilain 50 §:n 1 momentin pääsäännön mukaan kielletty, jollei toimintaa ole erityisesti sallittu erityissäännöksissä. Kun alkoholijuomaa valmistava, maahantuova tai myyvä yritys tarjoaa tai lähettää vastikkeetta edustamaansa väkevää alkoholijuomaa, toimintaa on lähtökohtaisesti pidettävä myynninedistämisenä.

Väkevien alkoholijuomien antaminen vastikkeetta on sallittua silloin, kun juomaa lähetetään alkoholijuomien myyntiin osallistuville tai annetaan heille mais-tiaisina. Määrärajoituksia näytepullojen lähettämiseksi ei ole. Sen sijaan väkevien alkoholijuomien vastikkeeton lähettäminen tai tarjoaminen muille ammattiryhmille on lähtökohtaisesti kiellettyä myynninedistämistä.

Liike-elämässä on tietyissä tilanteissa yleisenä käytäntönä alkoholijuomien – ja joissakin tapauksissa erityisesti väkevien alkoholijuomien – tarjoaminen ja antaminen lahjaksi. Tällaisissa tilanteissa väkevän alkoholijuoman tarjoaminen, antaminen tai lähettäminen vastikkeetta ei välttämättä ole alkoholilain 50.1 §:n tarkoittamaa väkevän alkoholijuoman myynninedistämistoimintaa, vaikka tarjottavana tai annettavana olisi yrityksen itsensä kaupan pitämiä väkeviä alkoholijuomia.

Seuraavia esimerkkitapauksia, joissa **väkevää alkoholijuomaa edustava yritys toimii yleisten liike-elämässä noudatettavien tapojen mukaan**, ei Valviran näkemyksen mukaan voida pitää myynninedistämistoimintana.

Sallittua on, että

- yritys antaa edustamaansa väkevää alkoholijuomaa **omalle työntekijälleen** lahjaksi tämän oman tai yrityksen merkkipäivän kunniaksi
- yritys antaa tai lähettää liikelahjaksi tietyille liikekumppanilleen edustamaansa väkevää alkoholijuomaa tilanteessa, jossa nimenomaan väkevää alkoholijuomaa sisältävän lahjan antaminen tai lähettäminen kuuluu (esimerkiksi 50-vuotispäivät tai eläkkeelle jääminen)
- yritys tarjoaa omissa tiloissaan taikka ravintolassa liikelounaan yhteydessä edustamaansa väkevää alkoholijuomaa vieraille, jos vastaavassa tilanteessa on tapana tarjota väkevää alkoholijuomaa (esimerkiksi snapsi ruu-puterialla tai konjakki kahvin kera)

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

- yritys antaa tai lähettää tuotettaan näytteenä väkevien alkoholijuomien vähittäismyynnin harjoittajille, tukkumyynti- tai anniskeluluvan haltijoille tai näiden puolesta ostopäätöksiä tekeville henkilöille.

Silloin, kun väkevää alkoholijuomaa annetaan, lähetetään tai tarjotaan vastikkeetta tilanteessa, joka liittyy nimenomaan kyseisen yrityksen toimintaan väkevien alkoholijuomien valmistajana tai tukkumyyjänä ja jossa tietyn väkevän alkoholijuoman antamisella tai tarjoamisella tavoitellaan välittömästi tai välillisesti positiivista vaikutusta kyseisen tuotteen myynnille, on kysymys markkinoinnista. Seuraavia esimerkkitapauksia pidetään siten alkoholilain pääsäännön mukaan edelleen **kielletynä myynninedistämistoimintana**:

- yritys antaa, lähettää tai tarjoaa omaan toimintaansa tai tuotteeseensa liittyvän merkkipäivän johdosta vastikkeetta väkevää alkoholijuomaa muille kuin alkoholijuomien myyntiin osallistuville
- yritys tukee yhdistysten tai muiden ryhmien juhlia, kilpailuja tai muita tilaisuuksia antamalla tai lähettämällä tilaisuuteen edustamaansa väkevää alkoholijuomaa
- yritys antaa, tarjoaa tai lähettää vastikkeetta väkevää alkoholijuomaa toimittajille tai muille tiedotusvälineiden edustajille, kuten esimerkiksi bloggaajille. Ammattijulkaisujen toimittajat voidaan rinnastaa alkoholijuomien myyntiin osallistuviin.

Katso myös

[1.6 Alkoholialan ammattilaisiin kohdistuva mainonta](#)

[5.7 Maistiaiset](#)

1.5 Yrityskuvamainonta (AlkoL 50.1 §)

Yrityskuvamainonnan avulla luodaan myönteistä kuvaa yrityksestä kertomalla esimerkiksi yrityksen toimintaperiaatteista, tavoitteista, historiasta ja tuotteiden laadusta. Myönteisen yrityskuvan avulla pyritään edistämään tuotteiden myyntiä myös silloin, kun mitään tuotteita tai tuotemerkkejä ei erikseen mainita.

Lähtökohtaisesti puhdas yrityskuvamainonta on sallittua myös väkeviä alkoholijuomia valmistavalle, maahantuovalle, myyvälle tai välittävälle yritykselle. Yrityksen tiedotustoiminnassa voi olla joissakin tilanteissa tarpeellista mainita yrityksen valmistamien tuotteiden nimiä. Tällaisia ovat esimerkiksi vuosikertomukset, työpaikkailmoitukset, yritysesitteet tai yrityksen toimintaa esittelevät verkkosivut.

Yrityskuvamainonta voi kuitenkin eräissä tapauksissa muodostua kielletyksi väkevien alkoholijuomien mainonnaksi tai myynninedistämiseksi. Toiminnan lainmukaisuuden arviointi riippuu tällöin mm. siitä, mille kohderyhmälle tiedotus on suunnattu, miten huomiota herättävästi tuotteiden nimet mainitaan ja onko niiden mainitsemiseen liitetty mainonnallisia sävyjä. Tuotteiden mainoskuvien tai tunnuskuvien käyttö kuvituksena antaa helposti vaikutelman myynninedistämistarkoituksesta.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Siinä tapauksessa, että yrityksen viralliseen nimeen sisältyy väkevän alkoholi-juoman nimi, on nimen käyttö julkisuudessa yrityksen perusoikeutena lähtökohtaisesti sallittua. Nimeä ei kuitenkaan saa hyödyntää selkeästi väkevän alkoholi-juoman mainostamistarkoitukseen.

1.6 Alkoholialan ammattilaisiin kohdistuva mainonta (AlkoL 50.3 §:n 3 kohta)

Väkevien alkoholijuomien markkinointia saa harjoittaa 50.2 §:ssä säädetyin, sisältöä koskevin rajoituksin alkoholijuomien myyntiin osallistuville, ei kuitenkaan kuluttajille avoimena olevassa tietoverkossa.

Väkevien alkoholijuomien markkinointi on valmistus-, vähittäismyynti- ja anniskelupaikkoja sekä hinnastoja ja tuoteluetteloja koskevien poikkeusten lisäksi sallittua ainoastaan alkoholijuomien myyntiin osallistuville.

Myyntiin osallistuminen voidaan ymmärtää siten, että varsinaiseen myyntityöhön ammatikseen osallistuvien lisäksi tähän ryhmään voidaan rinnastaa esimerkiksi ravintola-alan opiskelijat sekä alkoholijuomien valmistajan, maahan-tuojan, välittäjän tai myyjän muutakin, välillisesti myyntiin osallistuvaa, henkilöitä.

Sen sijaan alkoholijuomia muun alan yritysten edustus- tms. käyttöön ostavat henkilöt eivät ole lain tarkoittamalla tavalla alkoholijuomien myyntiin osallistuvia. Heihin kohdistuvaan mainontaan ja myynninedistämiseen sovelletaan samoja säännöksiä kuin muuhunkin kuluttajamainontaan.

Myyntiin osallistuvia eivät myöskään ole muiden lehtien kuin ammattijulkaisujen toimittajat, vaikka he työssään kirjoittaisivat myös alkoholijuomista. Edelleen on katsottu, että henkilöt, jotka ovat aikaisemmin olleet alkoholialan yrityksen palveluksessa, eivät enää ole lain tarkoittamalla tavalla alkoholijuomien myyntiin osallistuvia.

Alkoholilain 50 §:n 2 momentin mietojen alkoholijuomien mainonnan sisältöön kohdistuvia rajoituksia sovelletaan myös väkevien alkoholijuomien markkinointiin 3 momentin sallimissa poikkeustapauksissa. Mainonnassa ei esimerkiksi saa korostaa tuotteen alkoholipitoisuutta tai se ei saa olla hyvän tavan vastaista (katso tarkemmin luvusta 2).

Alkoholijuomien myyntiin osallistuville kohdistuvan tuotetiedon antamisen sisällöstä ei enää säädetä yksityiskohtaisesti. Väkevää alkoholijuomaa sisältävien näytepullojen lähettämisen tai antamisen osalta on kuitenkin syytä noudattaa erityistä huolellisuutta kohderyhmän suhteen.

Ammattijulkaisut

Väkevien alkoholijuomien mainontaa voidaan harjoittaa alan ammattilehdissä, esimerkiksi majoitus- ja ravitsemisalun tai vähittäismyyntin ammattijulkaisuissa.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Alan ammattilehdiksi katsotaan julkaisut, joiden levikistä valtaosa kohdistuu ammattiryhmiin, jotka osallistuvat alkoholijuomien myyntiin. Aiemmassa ratkaisukäytännössä valtaosan on katsottu edellyttävän noin 80 – 90 % osuutta levikistä. Käytännössä mainonta saa kohdistua aiempaan tapaan esimerkiksi vain alan ammatillisten yhdistysten jäseniin tai muulla tavoin ennakolta rajattuun ryhmään.

Jos julkaisu on vapaasti tilattavissa, julkaisijan on kyettävä varmistamaan, että tilaajina on vain alkoholijuomien myyntiin osallistuvia tai ettei muiden tilaajaryhmien osuus kasva liian suureksi. Kuluttajille täysin avoimissa julkaisuissa väkeviä alkoholijuomia ei saa edelleenkaan mainostaa.

Verkkosivut

Väkevien alkoholijuomien myyntiin osallistuville saa viestintävälineestä riippumatta antaa tietoja väkevästä alkoholijuomista. Tietoja voi antaa ammattilehtien lisäksi esimerkiksi alan ammattilaisten verkkosivuilla. Sivut eivät kuitenkaan saa olla kuluttajille avoimet.

Kuluttajien pääsy verkkosivuille muuten kuin tuoteluettelon tai hinnaston osalta tulee estää luotettavalla tavalla, esimerkiksi jäsenkirjautumisella tai muuta tunnistautumismenettelyä käyttäen. Tietoverkossa tapahtuvan mainonnan toteuttajan on huolehdittava siitä, että kohderyhmän ulkopuoliset kuluttajat eivät näe jäsenille tarkoitettuja sisältöjä.

Messut

Messuilla voidaan antaa tuotetietoa alkoholijuomien myyntiin osallistuville väkevästä alkoholijuomista. Jos messuilla tarjotaan maistiaisväkevästä alkoholijuomista, on kyettävä varmistamaan, että messujen osallistujat ovat alkoholijuomien myyntiin osallistuvia. Messuilla, joihin osallistuu muitakin ammattiryhmiä, väkevien alkoholijuomien esittelytilojen on oltava selkeästi erotetut muista messutiloista ja sinne tulijoilta on tarkistettava, että he ovat alkoholijuomien myyntiin osallistuvia. Vastuu myynninedistämistoiminnan lainmukaisuudesta on sen toteuttajalla, eli maistiaisväkeviä tarjoilevalla yrityksellä. Myös messujen järjestäjä on osaltaan vastuussa toiminnan lainmukaisuudesta.

Jos ammattilaismessuilla esitellään ainoastaan mietoja alkoholijuomia, messuille voi osallistua myös jonkin verran sellaisten ammattiryhmien edustajia, jotka eivät ole alkoholijuomien myyntiin osallistuvia, jos se on messujen toiminta-ajatuksen mukaista ja messuille osallistuminen on rajoitettua esimerkiksi kutsukorttien avulla. Tällaisille messuille voidaan kutsua myös yritysten alkoholiostoista ja -tarjoilusta vastaavia henkilöitä tai viini- tai olutseurojen edustajia tms. Maistiaisten jakamista yleisölle (kuluttajille) avoimissa tilaisuuksissa ja yleisömessuilla on kuitenkin pidettävä hyvän tavan vastaisena myynninedistämisenä.

2 Miedot alkoholijuomat

Mietojen alkoholijuominen markkinointi on pääsääntöisesti sallittua, mutta toiminnan on täytettävä alkoholilain 50 §:n toisessa momentissa asetetut rajoit-

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

tukset. Alkoholilain kokonaisuudistuksen yhteydessä luvanvaraiseen vähittäismyyntiin tulivat enintään 5,5 tilavuusprosenttia sisältävien tuotteiden osalta myös muut kuin käymisteitse valmistetut alkoholijuomat.

Vähittäismyyntiin tulleet juomat voivat sisältää myös väkevää alkoholijuomaa. Hallituksen esityksen mukaan mainituissa juomissa voidaan käyttää myös väkevän alkoholijuoman tuotenimeä. Väkevien alkoholijuomien markkinoinnin kieltö ei koske pelkkää kaupanpitämistä, mutta **väkevän alkoholijuoman tuotenimen sisältäviä tuotteita** ei edelleenkään saa markkinoida.

Tarkemmin juomasekoitusten esille panosta kohdassa 5.

2.1 Alaikäisiin kohdistuva markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 1 kohta)

Miedon alkoholijuoman markkinointi on kielletty, jos se kohdistuu alaikäisiin tai muihin henkilöihin, joille alkoholijuomaa ei saisi myydä. Myös alaikäisten, häiritsevästi käyttäytyvien, selvästi päihtyneiden tai alkoholia väärinkäyttävien henkilöiden kuvaaminen mainoksessa on kiellettyä. Mainos ei saa myöskään olla sellainen, että se houkuttelee näitä ryhmiä alkoholijuoman käyttämiseen. Mainoksen vaikutus voi olla välitön, jos mainonnalla houkuteltaan alaikäisiä ostamaan alkoholijuomaa, tai välillinen, jolloin mainonnalla luodaan lapsille ja nuorille myönteisiä mielikuvia ja asenteita kyseiseen alkoholijuomaan ja alkoholinkäyttöön.

Myös alaikäisiin kohdistuva **epäsuora alkoholimainonta** on kielletty. Alkoholijuoman nimeä tai muita tunnuksia ei saa käyttää mainostettaessa alaikäisten käyttämiä tai heille tarkoitettuja tuotteita, palveluita tai tapahtumia. Samoin on kielletty alkoholimainosten liittäminen tällaisiin tuotteisiin. Lasten ja nuorten osalta tällaisia voivat olla esimerkiksi lelut, heille tarkoitettut elokuvat ja pelit sekä erityisesti lasten ja nuorten harrastuksiin liittyvät välineet.

Mainonnan voidaan katsoa kohdistuvan alaikäisiin myös silloin, kun **mainos esitetään heille suunnatun sisällön yhteydessä**. Kiellettyä on mainostaa alkoholijuomia esimerkiksi alaikäisille suunnatussa lehdessä taikka lapsille ja nuorille suunnattujen verkkopelien, musiikin tai videoiden yhteydessä. Alkoholijuomien mainonta on kielletty myös lasten ja nuorten musiikki-, kulttuuri- tai muissa tilaisuuksissa. Mainonta on kiellettyä myös oppilaitoksissa ja muissa tiloissa, jotka on tarkoitettu pääasiassa alle 18-vuotiaille tai joissa käy pääasiassa tämän ikäisiä henkilöitä.

Mainoksen toteutustapa voi antaa syyn arvioida, että se on tarkoitettu kohdistumaan alaikäisiin. Lapsia ja nuoria kiinnostavaa muotoa, kuten lasten sarjakuvia, piirroselokuvia tai satuhahmoja hyväksi käyttäen toteutettu mainonta kiinnittää heidän huomionsa. Lapsiin kohdistuvaa on myös mainonta, jossa hyödynnetään lasten keräilyharrastusta liittämällä kerättäviä, lapsia kiinnostavia tuotteita alkoholijuomiin.

Mainonnassa tulee ottaa huomioon, että piirroshahmot eivät saa ruumiinrakenteeltaan tai olemukseltaan muistuttaa lapsia, niiden piirrostapa ei saa olla erityisesti lapsiin vetoava, eivätkä hahmot saa suosittelua olutta esimerkiksi juomalla sitä tai kohottamalla tuoppia.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Mainonnan voidaan katsoa kohdistuvan alaikäisiin silloin, kun **mainoksessa esiintyy senhetkisiä nuorisokulttuurin idoleita**, kuten erityisesti nuorten suosimia tv- ja elokuvatähtiä tai laulajia ja esiintyjä. Myös monet urheilijat voivat vedota lapsiin ja nuoriin, ja olla heidän esikuviaan. Sen vuoksi erityisesti nuorison tuntemien ja ihailemien tähtipelaajien ja huippu-urheilijoiden käyttäminen alkoholimainoksissa voidaan katsoa alaikäisiin kohdistuvaksi mainonnaksi. Vaikutelma vielä tehostuu, jos tähdet esitetään mainonnassa alkoholijuoman käyttäjinä tai suosittelijoina.

Alle alkoholijuomien ostoiän olevien urheilijoiden asusteisiin ja varusteisiin ei saa asettaa alkoholimainoksia. Kiellettyä on myös alkoholimainonta kilpailu-alueella ja tapahtuman yhteydessä silloin, kun kysymyksessä on pääasiassa lasten tai nuorten kilpailu tai muu urheilutapahtuma.

Alaikäistä esiintyjää ei myöskään saa esittää alkoholijuomamainoksessa esimerkiksi alkoholia nauttivan perheen jäsenenä, vaikka hän ei itse mainoksessa esiintyisikään juoman käyttäjänä.

Alaikäisiin kohdistuva tai heitä kuvaava alkoholijuoman markkinointi voi myös tulla rikoslain perusteella tuomituksi alkoholijuoman markkinointirikoksena.

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Valvira katsoi, että alkoholimainonta alaikäisiä kiinnostavilla pelisivustoilla kohdistui alkoholilain 33.2 §:n 1 kohdan vastaisesti alaikäisiin ja kehotti sivustojen ylläpitäjää kiinnittämään vakavaa huomiota alkoholilain mainontasäännöksiin. (Kirje 7219/13.08.02.01/2012)

Alkoholijuomavalmistaja ei ollut Valviran näkemyksen mukaan riittävällä tavalla huomionnut alkoholilain mainontasäännöksiä, kun julkaisi Facebook-sivulleen sellaisia kuvia siideriä promoivalta konserttikiertueelta, joissa oli alaikäisiä yleisön joukossa (Kirje 5560/13.08.02.01/2012).

Valvira kielsi Duff-oluen maahantuojaa jatkamasta kyseisen juoman luovuttamista Suomen markkinoille siten, että juoman pakkauksen ulkoasun antama kokonaisvaikutelma loi mielikuvan Simpsonit- animaatiisarjasta, jota myös alaikäiset yleisesti seuraavat (Kieltopäätös 430/99/002/2011).

Viivi ja Wagner -sarjakuvan hahmojen käyttämistä mietojen alkoholijuomien pakkauksissa ei katsottu alaikäisiin kohdistuvaksi mainonnaksi, koska kyseinen sarjakuva on selkeästi aikuisille suunnattu (Kirje 848/99/002/2011)

2.2 Alkoholinkäytön yhdistäminen ajoneuvolla ajamiseen (AlkoL 50.2 §:n 2 kohta)

Mainonnassa ei saa kuvata päihtyneenä ajamista tai alkoholin nauttimista ennen ajamaan lähtöä, ajotauolla tai ajoneuvoa kuljetettaessa. Myös tällaisen vaikutelman luominen on kiellettyä. Kiellettyä on myös myönteisen kuvan luominen alkoholin vaikutuksen alaisena ajamisesta tai tällaiseen toimintaan kehottaminen suoraan tai epäsuorasti.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Moottoriturheilua tai tieliikennettä käsittelevän televisio-ohjelman, radio-ohjelman tai urheilulehden nimessä esiintyvä miedon alkoholiuoman tai sen valmistajan nimi tai muu alkoholiuoman tunnus voidaan katsoa alkoholin käytön yhdistämiseksi ajoneuvolla ajamiseen.

Moottoriturheilukilpailun nimeäminen alkoholiuoman mukaan ja kilpailun mainostaminen alkoholiuoman nimeä käyttäen voidaan katsoa alkoholin nauttimisen ja ajoneuvolla ajamisen yhdistämiseksi. Sen sijaan pelkän ajoneuvon kuvaamista alkoholiuomapakkauksessa ei sinällään voi pitää kiellettynä.

Moottoriturheilijoiden käyttämistä alkoholimainoksissa voidaan tietyissä tapauksissa pitää mainontana, jossa alkoholin käyttö yhdistetään ajoneuvolla ajamiseen.

Valvontaviranomainen ei ole ratkaisukäytännössään puuttunut mietojen alkoholiuomien tuotemerkkien näkymiseen moottoriturheilukilpailun tapahtuma-alueella tai esimerkiksi ajoneuvojen ulkopinnoilla tai kuljettajien asusteissa varsinaisen kilpailutapahtuman yhteydessä. Samoin on suhtauduttu miedon alkoholiuoman nimen tai muun tunnuksen liittämiseen veneen nimeen.

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Valviran näkemyksen mukaan alkoholiuoman nimeen sisältynyt sana ”speedway” sekä etiketissä kuvatut ruutuliput yhdistivät alkoholinkäytön alkoholilain vastaisesti ajoneuvolla ajamiseen (Kirje 7138/13.08.00.02/2012).

Autokauppa tarjosi suoramainontakampanjassaan tietyn auton koeajajille viinipullon. Valvira katsoi mainonnan yhdistävän alkoholilain vastaisesti alkoholinkäytön ajoneuvolla ajamiseen (Päätös 227/99/002/2011).

2.3 Alkoholipitoisuuden korostaminen myönteisenä ominaisuutena (AlkoL 50.2 §:n 3 kohta)

Juoman alkoholipitoisuuden korostaminen myönteisenä ominaisuutena on kielletty. Tällaisesta mainonnasta on kyse mm. silloin, kun mainoksen avulla houkutellaan tekemään juoman valinta ja ostopäätös erityisesti sillä perusteella, että juoman alkoholipitoisuus on korkea. Sama vaikutus on mainonnalla, jossa korostetaan, että alkoholiuoman alkoholipitoisuus on entistä korkeampi tai korkea verrattuna sen hintaan tai toiseen juomaan.

Etenkin oluiden esittelyssä ja kuvailussa on sanalla ”vahva” hyvin pitkään ja yksiselitteisesti tarkoitettu oluen korkeampaa alkoholipitoisuutta. Tässä merkityksessä käsitettä ”vahva olut” on käytetty muun muassa Alkon hinnastoissa, virallisessa tilastoinnissa sekä oluiden etiketeissä. Alkoholiuomalle tunnusomaisista ominaisuuksista, makuaistimuksesta ja vaikutuksista suuri osa aiheutuu juuri juoman alkoholipitoisuudesta. Siksi ilmaisun ”vahva” mielletään alkoholiuoman yhteydessä viittaavan nimenomaan sen alkoholipitoisuuteen.

Vaikka vahva-ilmaisua käytettäisiin sanaleikinomaisesti synnyttämään mielikuvia myös vahva-sanana muihin käyttöyhteyksiin, korostetaan sillä samalla myös alkoholipitoisuuden vahvuutta. Alkoholiuomaa koskeva mielleyhtymä on

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Valviran näkemyksen mukaan kumottavissa vain siten, että mainonnassa selkeästi kerrotaan, että vahva-sanalla viitataan juoman johonkin muuhun ominaisuuteen, esimerkiksi kantavierrepiteisuuteen tai makuun. Vastaavalla tavalla arvioidaan ilmaisuja ”väkevä”, ”voimakas” ym. mainonnassa käytettyjä vahvuutta tarkoittavia sanontoja.

Alkoholipitoisuutta voidaan mainonnassa korostaa myös esittämällä juoman alkoholipitoisuutta kuvaava prosenttiluku huomiota herättävästi. Myös tällaista mainontaa on pidettävä kiellettyä.

Valvontaviranomaisen ratkaisu

Alkoholijuomalle suunnitellun ”Woima” -tuotenimen käyttäminen olisi korostanut alkoholilain 33.2 §:n 3 kohdan vastaisesti juoman alkoholipitoisuutta myönteisenä ominaisuutena. (Lausunto 355/41/02)

2.4 Runsasta alkoholinkäyttöä myönteisesti taikka raittiutta tai kohtuukäyttöä kielteisesti kuvaava markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 4 kohta)

Runsaan alkoholinkäytön myönteiseksi kuvaamiseksi voidaan katsoa erilaiset rehvastelun tai voimakkaan humalatilän kuvaukset sekä sellaisten sanontojen käyttö mainoksissa, jotka kuvaavat voimakasta humalatilaa myönteisesti. Tämän lainkohdan perusteella voidaan kielletyksi katsoa myös sellainen mainos, jossa muutoin esitetään myönteisessä valossa alkoholin runsasta käyttöä, esimerkiksi siten, että luodaan ihailtava kuva henkilöstä, joka juo useita alkoholijuomia nopeaan tahtiin perättäin tai jolla on hyvä alkoholin sietokyky.

Mainoksessa ei saa esittää tilanteita eikä luoda kuvaa, jonka mukaan alkoholia runsaasti käyttävä on esimerkiksi paremmin pukeutunut, hauskemman näköinen, menevämpi tai onnellisempi kuin kohtuukäyttäjä tai raitis henkilö. Ilman eri käyttäjien vertailuakin kiellettyä on kuvata kohtuukäyttäjä tai raitis henkilö esimerkiksi sosiaalisen asemansa, elämänskatsomuksensa tai ruumiillisten tai henkisten kykyjensä puolesta kielteisesti.

Valvontaviranomaisen ratkaisu

Oluen maahantuojia julkaisi Facebookissa oluen fanisivulla tilapäivityksenä tekstin ”Tammikuu on yhtä juhlaa. Jos ei sitä tipattomana tuhlaa.” Valvira katsoi mainonnan kuvaavan alkoholilain 33.2 §:n 4 kohdan vastaisesti raittiuden kielteisessä valossa. (Kieltopäätös 430/99/002/2011)

2.5 Suorituskyvyn lisääntymistä taikka sosiaalista tai seksuaalista menestystä lupaava markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 5 kohta)

Mainonta, jonka avulla luodaan vaikutelma siitä, että alkoholi parantaa henkistä tai ruumiillista suorituskykyä, on kielletty. Alkoholia ei saa esimerkiksi suositella nautittavaksi rohkaisuryypynä.

Kielletyksi voidaan katsoa myös sellainen mainos, jonka mukaan jokin juoma esimerkiksi korkean statuksensa vuoksi tuottaa menestystä seurassa tai lisää

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

sukupuolista vetoa. Alkoholiuoman avulla viettely on tyyppiesimerkki tällaisesta mainonnasta. Kiellettyä on pidettävä myös mainontaa, jossa juoman väitetään sisältävän sukuviettiä kiihottavien ainesosien vuoksi vaikuttavan elähdyttävästi seksielämään.

Mainos voi luoda kuvan alkoholin käytön suorituskykyä lisäävästä ominaisuudesta myös silloin, kun mainoksessa esiintyy henkilö, joka on tunnettu erinomaisesta fyysisestä tai henkisestä suorituskyvystään. Vaikutelma korostuu, jos hän itse juo kyseistä juomaa tai suosittelee sitä.

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Väkevän alkoholiuomapakkauksen ulkoasussa käytettyjen kuvien ja tekstien katsottiin yhdistävän kyseisen tuotteen kansainvälisesti tunnettuun aikuisviihdealan näyttelijään. Tapauksissa, joissa väkevää alkoholiuomaa saadaan poikkeuksellisesti mainostaa, vähimmäisvaatimuksena on, että siinä noudatetaan mietojen alkoholiuomien mainonnalle asetettuja vaatimuksia. Pakkauksen ulkoasun katsottiin aikuisviihdetähteen liittyvien elementtien johdosta olevan hyvän tavan vastainen sekä luovan mielikuvan siitä, että tuotteen käyttö lisää seksuaalista menestystä; elementtien käyttö pakkauksessa kiellettiin. (Kieltopäätös 7563/13.08.02.01/2012)

Tv-mainos, jossa mies tuli ravintolaan ja tarjosi tuntemattomalle naiselle alkoholiuomaa, sillä seurauksella, että tämä jätti seurassaan olleen vanhemman miehen ja lähti seuraamaan juoman tarjonnutta miestä, kiellettiin. Mainoksessa miehen ja naisen välinen kontakti syntyi mainostetun alkoholiuoman avulla ja juoma esitettiin ”lemmenjuomana”. (Markkinatuomioistuimen päätökset 1996:16 ja 1996:17)

2.6 Lääkinnällisiä vaikutuksia lupaava markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 6 kohta)

Sellaisen kuvan luominen, että alkoholin käytön avulla voitaisiin poistaa henkisiä tai ruumiillisia ongelmia, parantaa sairauksia taikka lievittää pahaa oloa tai sairauden oireita on kielletty. Kiellettyä voidaan pitää sellaista mainosta, joka luo vaikutelman, että alkoholiuoma sinänsä tai esimerkiksi sisältämiensä ainesosien ansiosta auttaisi stressiin tai unettomuuteen, rentouttaisi, lievittäisi kipuja tai parantaisi seksuaalista toimintakykyä.

Alkoholiuomalla ei juoman mainonnan yhteydessä saa esittää olevan yleisesti terveyttä edistäviä tai sairauksia torjuvia vaikutuksia.

Esimerkiksi ns. energiajuomien ja alkoholiuomien sekoituksia mainostettaessa ei saa käyttää väitteitä, joiden mukaan tällaiset sekoitukset piristäisivät tai auttaisivat valvomaan. Tällainen mainonta voi olla jopa vaarallista, koska energiajuomien ja alkoholin yhteisvaikutuksia ei vielä tunneta tarkasti.

Myös ”flunssatotien” tai ”krapularyyppyjen” mainonta on tyyppillisesti tämän lainkohdan vastaista.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Tämän lainkohdan perusteella kielletyksi voidaan katsoa myös mainos, jossa juoma nimetään tai esitetään sillä tavoin, että mainos luo mielikuvan lääkinällisistä ominaisuuksista, esimerkiksi lääkintäalan henkilöiden suosittelmana.

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Alkoholijuomavalmistajien etujärjestö esitteli esitteessään oluen positiivisia terveysvaikutuksia. Valviran näkemyksen mukaan esitteessä annettiin alkoholilain 33.2 §:n 6 kohdan vastaisesti alkoholijuomasta kuva, että sillä on yleisesti terveyttä edistäviä ja sairauksia torjuvia vaikutuksia. Alkoholin haitallisten terveysvaikutusten mainitsematta jättäminen oli omiaan tekemään mainonnasta myös alkoholilain 33.2 §:n 7 kohdan vastaisesti harhaanjohtavaa. (Kirje 5564/13.08.02.01/2013)

Energiajuoman ja samaan tuoteperheeseen kuuluvan miedon alkoholijuoman yleisvaikutelma oli tuotteiden nimien sekä pakkausten ulkoasun perusteella hyvin samanlainen. Energiajuoma synnytti mielikuvan tuotteen piristäväydestä sekä suorituskykyä parantavasta ominaisuudesta. Energiajuoman mainonta muodostui miedon alkoholijuoman epäsuoraksi mainonnaksi ja oli siten alkoholilain 33.2 §:n 5, 6 ja 7 kohtien vastaista. (Päätös 978/99/2008)

2.7 Hyvän tavan vastainen, sopimaton tai harhaanjohtava markkinointi (AlkoL 50. 2 §:n 7 kohta)

Arvioitaessa sitä, milloin alkoholijuomien markkinointi on alkoholilain 50 §:n 2 momentin 7 kohdan tarkoittamalla tavalla hyvän tavan vastaista, sopimatonta tai harhaanjohtavaa, lähtökohtana on pidettävä alkoholilain yleistä tarkoitusta. Alkoholilain 1 §:n mukaan alkoholilain tarkoituksena on alkoholin kulutusta ohjaamalla ehkäistä alkoholipitoisista aineista aiheutuvia yhteiskunnallisia, sosiaalisia ja terveydellisiä haittoja. Alkoholilain mainontasäännösten lähtökohtana ei siis ole ensisijaisesti turvata kuluttajan asemaa markkinoilla, vaan tavoite on alkoholipoliittinen.

Alkoholilainsäädännön lisäksi alkoholijuomien mainontaan kuluttajille voidaan soveltaa myös kuluttajansuojalainsäädäntöä ja kuluttajansuojalain nojalla tehtyjä tulkintoja. Kulutushyödykkeiden markkinointia koskevat säännökset ovat [kuluttajansuojalain \(38/1978\) 2 luvussa](#). Näiden säännösten yleisenä tavoitteena on turvata kuluttajalle mahdollisuus tehdä harkittuja ostopäätöksiä.

Mainonta on viestintämuoto, jonka luomilla mielikuvilla on voimakas vaikutus arvoihin ja asenteisiin. **Hyvän tavan vastaisena** on pidettävä mainontaa, joka on yhteiskunnassa vallitsevien arvojen vastaista tai on omiaan loukkaamaan tiettyä ihmisryhmää. Tällaista voi olla mm. yllyttäminen yhteiskunnan kannalta paheksuttavaan käytökseen, väkivallan käyttäminen tehokeinona tai rotuun, uskontoon tai sukupuoleen perustuvan syrjinnän käyttö mainonnassa.

Hyvän tavan vastaista voi olla myös epäsosiaalisen tai päihteisiin liittyvän tai muutoin paheksuttavan käytöksen ihannoiminen tai sen tekeminen hyväksyttäväksi esimerkiksi huumorin keinoin. Alkoholijuomien myynninedistämistä voidaan pitää yhteiskunnan arvojen vastaisena, jos se liitetään alkoholin ongelmakäyttöön sekä siihen liittyvään epäsosiaaliseen käytökseen.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Myös urheilun ja tunnettujen urheilijoiden käyttämiseen alkoholijuomien myyninedistämisessä tulee suhtautua pidättyvästi. Erityisesti tunnistettavien yksittäisten huippu-urheilijoiden hyödyntämiseen alkoholimainoksissa tulee suhtautua pidättyvästi. (katso tarkemmin luvusta 5.5).

Mainosalan omissa kansainvälisissä perussäännöissä korostetaan, että jokaista mainosta laadittaessa on pidettävä mielessä mainonnan yhteiskunnallinen vastuu.

Mainosta ei tee kielletyksi vielä se, että joku sen nähneistä tuntee itsensä loukatuksi, mutta jos jo mainosta laadittaessa voidaan ennakoida, että se tulee loukkaamaan joitakin ihmisryhmiä, sitä on syytä pitää hyvän tavan vastaisena. Rajatulle, suppealle piirille tarkoitettua mainosta voidaan siten arvioida eri tavalla kuin yleisesti kohdentamattomalle katsoja- tai kuulijakunnalle levitettävää mainosta.

Mainoksen **humoristisuus** ei ole riittävä oikeutus hyvän tavan vastaisten keinojen käytölle. Myös huumorilla höystetty sanoma vaikuttaa asenteisiin ja voi loukata joitakin kohderyhmiä. Mainoksen kokonaisvaikutelmaa arvioitaessa voi kuitenkin olla merkitystä siltäkin, miten vakavasti otettavana viesti esitetään.

Eri kohderyhmät voivat ymmärtää mainoksen eri tavoin. On huomioitava, että mainoksia luetaan usein vain silmäilemällä ja televisiomainoksia katsotaan useammin syrjäsilmillä kuin keskittyneesti ja juonta seuraten. Jos mainoksen viesti on esitetty verhotusti tai monimutkaisesti, mainostaja voi varautua siihen, että katsojille syntyy muitakin kuin alun perin tarkoitettuja mielikuvia.

Kuluttajan kannalta sopimattomia menettelytapoja on mm. kuluttajansuojalaissa erikseen kiellettyjen markkinointikeinojen käyttö. Kuluttajansuojalain 2 luvun 3 §:n mukaan sopimattomana voidaan pitää menettelyä, jos se voi heikentää kuluttajan kykyä tehdä perusteltu ostopäätös tai kulutushyödykkeeseen liittyvä muu päätös ja johtaa siihen, että kuluttaja tekee päätöksen, jota hän ei ilman menettelyä olisi tehnyt. Sopimattomaksi voidaan arvioida myös muu menettely, jolla esimerkiksi hyödynnetään ns. heikkojen kuluttajaryhmien kokemattomuutta tai erityistarpeita, ja näin kiinnitetään kuluttajien huomio pois päätöksenteon kannalta olennaisista asioista.

Alkoholijuomien mainonnassa **heikkoina kuluttajaryhminä** voidaan alaikäisten lisäksi pitää mm. nuoria ja alkoholin suurkuluttajia. Lähtökohtana on, että tiettyjä kuluttajaryhmiä voidaan pitää enemmän vaikutuksille alttiina kuin toisia. Heihin kohdistuvaa alkoholimainontaa on aina arvosteltava tavallista ankarammin. Sopimatonta menettelyä koskevan säännöksen soveltaminen ei edellytä, että markkinoinnin voidaan osoittaa aiheuttaneen haittaa tai vahinkoa joillekin kuluttajille eikä sitä, että mainoksen tilaaja tai toimeenpanija on tiennyt menettelynsä olevan kuluttajien kannalta sopimatonta.

Alkoholimainonnan hyväksyttävyyden arviointiin vaikuttaa se, että alkoholijuoma on päihde, jonka käyttö voi aiheuttaa riippuvuutta sekä sosiaalisia ja terveydellisiä haittoja. Sen vuoksi joitakin kuluttajiin kohdistuvia mainontatapoja voidaan pitää alkoholilain nojalla hyvän tavan vastaisina tai sopimattomina, vaikka ne muiden tuotteiden mainonnassa voitaisiin katsoa sallituiksi. Esimerkiksi tarjoukset, joilla ilmaisten juomien avulla houkutellessaan kuluttajia

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

lisäämään alkoholinkulutustaan, on tämän vuoksi katsottu sopimattomiksi (katso tarkemmin luvusta 3.2).

Totuudenvastaisia ovat sellaiset väitteet, joiden paikkansapitämättömyys voidaan osoittaa. Tosiasiaväitteitä käyttävän mainostajan on tämän vuoksi voitava tarvittaessa näyttää väitteensä toteen.

Harhaanjohtavaa on sellainen mainonta, jolla kuluttajille luodaan totuutta vastaamaton käsitys tai mielikuva tuotteen ominaisuuksista. Sinänsä oikeitakin tietoja sisältävä mainonta voi johtaa harhaan, jos kokonaisuuden kannalta olennaisia tietoja jätetään kertomatta tai ne esitetään epäselvästi. Harhaanjohtavia mielikuvia voidaan luoda paitsi sanallisesti myös mainonnallisin keinoin, esimerkiksi kuvien, kuvioden tai sijoittelun avulla.

Harhaanjohtavaa mainontaa voi olla myös alkoholijuomapakkauksen etiketissä annetuissa tiedoissa. Valvira voi tarvittaessa velvoittaa poistamaan harhaanjohtavilla etikettimerkinnöillä varustetut alkoholijuomapakkaukset markkinoilta.

Harhaanjohtavaa voi olla alkoholijuoma-annoksen koon ilmoittaminen käyttäen mainonnassa ilmaisuja ”iso” tai ”pieni” ilman, että kuluttaja tietää annoksen todellista kokoa. Jos valittavana on useita erikokoisia perusannoksia, kuten panimotuotteiden kohdalla, kuluttajan on saatava jo lehti-ilmoituksesta tietää tarjotun annoksen koko. Esimerkiksi ilmaisulla ”iso tuoppi” ei ole anniskelukäytännössä niin vakiintunutta sisältöä, että se yksin riittäisi tiedoksi annoksen koosta.

Tarkempia tietoja kuluttajansuojalain sääntelystä ja linjauksista liittyen markkinoitiin ja mainontaan löytyy Kilpailu- ja kuluttajaviraston internetsivuilta www.kkv.fi.

Uutena sääntelynä alkoholilakiin on tullut 4 §, jonka mukaan alkoholipitoisten aineiden myynnissä ja markkinoinnissa ja niiden yhteydessä sopimuksen tai muun järjestelyn mukaisesti harjoitettavassa elinkeinotoiminnassa ei saa toimia hyvän tavan vastaisesti.

Toimea pidetään hyvän tavan vastaisena, jos se on selvästi ristiriidassa yleisesti hyväksytyjen yhteiskunnallisten arvojen kanssa ja erityisesti, jos siinä suhtaudutaan hyväksyvästi tai välinpitämättömästi terveyden vaarantamiseen alkoholin vaikutuksen alaisena.

Yleisinä esimerkkeinä hallituksen esityksessä mainitaan asiakkaan turvallisuuden vaarantaminen, seksuaalisuuden käyttö naista tai miestä halventavalla tavalla tai lasten hyvinvoinnin vaarantaminen. Edelleen hyvän tavan vastaisena voidaan pitää esimerkiksi anniskelussa ja markkinoinnissa ”juo niin paljon kuin haluat tiettyyn hintaan” -tyyppistä toimintaa tai alkoholin myymistä velaksi heikoille kuluttajaryhmille. Alkoholin myynti epätavallisella menetelmällä käytettäväksi voi myös olla hyvän tavan vastaista toimintaa, sillä esimerkiksi jauheen tai aerosolin muodossa nautittuna alkoholi voi imeytyä olennaisesti tavanomaista tehokkaammin.

Viranomaisen voi kieltää elinkeinonharjoittajaa jatkamasta hyvän tavan vastasta toimintaa.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Ravintola mainosti sen sisäänpääsymaksuun sisältyvän koko illan. Mainonnassa ei kerrottu, että hinta koostui ohjelmapalvelumaksusta ja juomalippumaksusta. All Inclusive -mainonnan katsottiin olevan harhaanjohtavaa. Koska mainonnalla houkuteltiin kuluttajia ravintolaan ajatuksella vapaasta alkoholijuomien nauttimismahdollisuudesta, mainonnan katsottiin olevat myös kuluttajien kannalta sopimatonta. (Lausunto 8639/13.08.00.01/2013)

Viinipullon takaetikettiin haluttiin painaa merkintä hyväntekeväisyystyöstä. Valvira on lausunnossaan katsonut, että kuluttajan ostopäätökseen vaikuttaminen hyväntekeväisyyden varjolla on kuluttajan kannalta sopimatonta menettelyä, näin ollen hyvän tavan vastaista ja alkoholilain nojalla kiellettyä. Valvira on todennut, että alkoholijuomayritys voi luoda myönteistä kuvaa yrityksestä esimerkiksi kertomalla vuosikertomuksessaan tai muutoin yrityksen sponsoroimista kohteista. Yrityskuvamainonta on kuitenkin pidettävä erillään yksittäisen alkoholijuoman markkinoinnista, jota ei siis saa toteuttaa siten, että alkoholituote ja tuettava kohde kytketään selkeästi yhteen. (Kirje 8427/13.08.00.02/2015)

Katso myös

[3.2 Mietojen alkoholijuomien mainonta ravintolassa](#)

[5.4 Kylkiäiset ja yhdistetyt tarjoukset](#)

[5.5 Alkoholimainonta ja urheilu](#)

2.8 Televisiossa, radiossa ja elokuvateatterissa toteutettu mainonta (AlkoL 50.2 §:n 8 kohta)

Alkoholimainonta on kielletty televisiossa ja radiossa kello 7–22 välisenä aikana ja elokuvateatterissa, kun esitettävä elokuva on sallittu esitettäväksi alle 18-vuotiaille.

Televisiotoiminnalla tarkoitetaan tietoyhteiskuntakaaren (917/2014) mukaan audiovisuaalisista ohjelmista koostuvien ohjelmistojen alkuperäistä ja samanaikaista lähettämistä yleisölle tietyn ennalta ilmoitetun ohjelma-aikataulun mukaisesti. Radiotoiminnasta on laissa vastaava määritelmä. Televisio- ja radiotoiminta on lineaarista, saman ohjelmavirran reaaliaikaista lähettämistä koko yleisölle. Määritelmän kannalta käytettävällä lähetystekniikalla tai vastaanottoon sekä seuraamiseen tarkoitettulla laitteella ei ole merkitystä. Säännöstä sovelletaan siis myös esimerkiksi internetin välityksellä vastaanotettavaksi tarkoitettuun Suomesta lähetettävään suoraan televisiolähetykseen.

Tietoverkkojen kautta tarjottavat tilausohjelmapalvelut, joissa vastaanottaja valitsee itse katsomis- tai kuulemisajankohdan, eivät ole lain tarkoittamaa televisio- tai radiotoimintaa, joten ne rajautuvat säännöksen soveltamisalan ulkopuolelle.

Alkoholimainonnan esittäminen televisiossa ja radiossa on kiellettyä lasten ja nuorten katselu- ja kuuntelu-aikaan. Lapset ja nuoret ovat alttiita sähköisen

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

viestinnän esittämälle mainonnalle ja alkoholijuomien televisio- ja radiomainontaa koskevien aikarajoitusten ensisijaisena tavoitteena on ehkäistä ja vähentää niitä tilanteita, joissa lapset ja nuoret altistuvat alkoholimainonnalle.

Alkoholimainosten esittäminen on kiellettyä elokuvateattereissa kaikissa muissa paitsi alle 18-vuotiailta kielletyissä näytännöissä. Jos Kansallinen audiovisuaalinen instituutti (KAVI) on määrännyt elokuvalla ikärajan 7, 12 tai 16 vuotta, ohjelman julkisen esittämisen yhteydessä ei saa esittää alkoholimainoksia.

2.9 Yleisellä paikalla toteutettu mainonta (AlkoL 50.2 §:n 9 kohta ja 50.4 §)

Miedon alkoholijuoman markkinointi sekä sen liittäminen muun tuotteen tai palvelun markkinointiin on kielletty, jos se toteutetaan tai kohdistetaan yleisölle järjestyslaissa tarkoitetulla yleisellä paikalla.

Säännös koskee alkoholipitoisia juomia, jotka sisältävät **vähintään 1,2 tilavuusprosenttia etyylialkoholia**. Toisin sanoen yleisten paikkojen mainontakielto ulottuu myös 1,2–2,8 tilavuusprosenttia alkoholia sisältäviin juomiin, vaikka niiden myyminen ei ole luvanvaraista toimintaa.

2.9.1 Yleisen paikan määritelmä

Yleiset paikat ovat ensinnäkin **avoimessa tilassa** olevia alueita, joille pääsee joutumatta kulkemaan oven tai portin kautta. Tyypillisiä yleisiä paikkoja ovat yleiset tiet ja kadut, jalkakäytävät ja kevyen liikenteen väylät, torit, yleiseen käyttöön tarkoitetut pysäköintipaikat, aukiot sekä puistot. Yleisiä paikkoja ovat myös avoimet, aitaamattomat urheilukentät, ulkoilureitit, leirintäalueet ja yleisessä käytössä olevat vesialueet.

Toiseksi yleiset paikat ovat **rakennuksia tai vastaavia paikkoja**, joissa on aitaus, seinät tai katto ja yleensä ovi tai portti, jonka kautta paikkaan kuljetaan. Paikat voivat olla joinakin aikoina yleisöltä suljettuja, esimerkiksi yöaikaan tai silloin, kun niissä ei ole järjestettynä mitään yleisötilaisuutta tai tapahtumaa. Tällaisia paikkoja ovat esimerkiksi kauppakeskukset, liikenneasemat, pysäköintitalot sekä elokuvateatterit.

Pääsy yleiseen paikkaan voi olla rajoitettu jollain tavalla, kuten esimerkiksi:

- ikärajoitus
- pääsylippu
- kulkukortti
- turvatarkastus

Yleisen paikan arvioinnissa on olennaista, että **henkilöpiiri on etukäteen rajoittamaton**.

Yleisellä paikalla tarkoitetaan sellaisia paikkoja, jotka on tarkoitettu yleisesti käytettäväksi tai joita tosiasiallisesti, joko pysyvästi tai tilapäisesti, käytetään yleisesti, riippumatta paikan omistajuudesta.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Järjestyslain pääsäännön mukaan yleisten paikkojen ulkopuolelle jäävät kotirauhan suojaamat paikat sekä tietyt asumiseen kelpaamattomat rakennukset.

Alkoholijuomien mainonta on kiellettyä myös silloin, kun se kohdistetaan yleisellä paikalla oleskelevalle yleisölle, vaikka itse mainos olisikin muussa kuin yleisessä paikassa.

Esimerkiksi yksityiselle maa-alueelle, pellolle tai pihamaalle, sekä muun kuin julkisen rakennuksen seinälle, aitaan tai muihin rakenteisiin sijoitettuun yleisölle kohdistettuun alkoholimainontaan voidaan puuttua alkoholilain perusteella. Tällöin edellytetään, että mainonta on selkeästi nähtävissä ja sen voidaan katsoa olevan tarkoitettu yleisön nähtäväksi. Anniskelualueen sisälläkin tapahtuvaan, sinänsä sallittuun mainontaan voidaan puuttua, jos mainos on huomattavan suurikokoinen ja selkeästi kohdistettu näkymään alueen ulkopuolelle sijaitsevalle yleisölle.

Alkoholijuomien mainontakielto yleisillä paikoilla kohdistuu erityisesti alkoholijuomien jatkuvaan ulkomainontaan. Kaupunkialueella merkittävä vaikutus on erityisesti raitovaunu- tai **bussipysäkkeihin, kadunvarsiin** sekä isokokoiisiin **mainostauluihin** kohdistuvalla kiellolla.

Kielletyksi mainonnaksi voidaan katsoa myös:

- mainokset julkisissa liikennevälineissä kuten esimerkiksi busseissa tai raitiovaunuissa
- mainokset yleisillä paikoilla liikkuvien alkoholielinkeinoon liittyvien jakelautojen ulkopinnoilla
- yleisellä tai yksityisellä paikalla sijaitsevat selkeästi näkyvät tai suurikokoiset tölkit, pullot tai muut alkoholijuomaa tai sen yleisesti tunnettua tunnusta muistuttavat rakennelmat tai mainokset

2.9.2 Poikkeukset yleisten paikkojen mainonnan kieltoon

Yleisötilaisuudet ja niihin pysyvästi käytettävät paikat

Myynninedistämistoimintaa voidaan harjoittaa yleisiä paikkoja koskevan mainontakiellon estämättä kokoontumislaissa tarkoitetuissa **yleisötilaisuuksissa** ja **niihin pysyvästi käytettävissä paikoissa**.

Yleisötilaisuudella tarkoitetaan kokoontumislain 2 §:n 2 momentin mukaan yleisölle avoimia tapahtumia ja muita tilaisuuksia, joita ei ole pidettävä yleisinä kokouksina.¹

Yleisötilaisuudet on määritelty kokoontumislaissa ja sen esitöissä laajasti, niihin katsotaan kuuluvan muun muassa erilaiset juhlat, näytökset ja konsertit. Yleisötilaisuuksia ovat myös esimerkiksi erilaiset kaupalliset tilaisuudet kuten messut ja mainostapahtumat sekä ilmaisu- ja urheilunäytökset, samoin kuin erilaiset kilpailut ja joukkueottelut. Myös huvipuisto- ja tivolitapahtumat ovat yleisötilaisuuksia.

¹ Kokoontumislain 2 §:n 1 momentin mukaan **yleisellä kokouksella** tarkoitetaan mielenosoitusta tai muuta kokoontumisvapauden käyttämiseksi järjestettyä tilaisuutta, johon muutkin kuin nimenomaisesti kutsutut voivat osallistua tai jota he voivat seurata.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

On kuitenkin syytä huomata, että lapsille ja nuorille suunnatuissa tapahtumissa, kuten esimerkiksi lasten musiikki-, kulttuuri- ja urheilutilaisuuksissa, alkoholimainonta on edelleen kiellettyä alkoholilain 50 §:n 2 momentin 1 kohdan perusteella.

Yleisötilaisuuksien aikana tapahtuvan myynninedistämisen lisäksi mainonta on sallittua jatkuvasti yleisötilaisuuksiin pysyvästi käytettävissä paikoissa. Hallituksen esityksen mukaan esimerkiksi jäähallin kaukalon laitaan maalattua alkoholijuoman tuotemerkkiä ei tarvitse poistaa otteluiden välillä.

Yleisötilaisuuden järjestämisenä ei ole pidettävä toimintaa, jossa mahdollistetaan ihmisten oma-aloitteinen ja jokapäiväinen harrastaminen, kuten esimerkiksi liikuntamahdollisuuden tarjoaminen. Liikuntahalli tai muu liikuntaan käytettävä tila ei itsestään selvästi ole yleisötilaisuuksiin pysyvästi käytetty paikka, esimerkiksi siinä tapauksessa, että yleisölle avoimia tapahtumia, kuten näyttöksiä, kilpailuja, otteluita tai vastaavia järjestetään siellä vain harvakseltaan.

Olennaisena arvioinnissa on pidettävä tilan ensisijaista tarkoitusta. Jos tila ensisijaisesti on muuta tarkoitusta kuin yleisötilaisuuksien järjestämistä varten, voidaan alkoholimainontaa harjoittaa vain niissä tilanteissa, jolloin tilaa käytetään yleisötilaisuuden järjestämiseen.

Muut poikkeukset

Alkoholilain 50 §:ssä tarkoitettujen mietojen alkoholijuomien myynninedistämistoimintaa voidaan harjoittaa 2 momentissa säädetyin sisältöä koskevin rajoituksin myös kansainvälisessä liikenteessä käytettävässä aluksessa, vähittäismyynti- ja anniskelupaikan tiloissa sekä vähittäismyynti- ja anniskelupaikan ulkopuolella juoman saatavuuden ja hinnan ilmoittamisen osalta.

Mietojen alkoholijuomien mainonta ja myynninedistäminen on **kansainväliseen liikenteeseen käytettävässä vesi- tai ilma-aluksessa** sallittua muualakin kuin anniskelualueella ja vähittäismyyntiliikkeen tiloissa.

Anniskelupaikoissa, vähittäismyyntipaikoissa ja valmistuspaikoissa voidaan mainostaa niitä tuotteita, joita kyseisissä paikoissa on myynnissä. Lisäksi myymälän tai ravintolan näyteikkunassa tai tilan ulkopuolella saa kertoa asiallisesti tarjolla olevien mietojen alkoholijuomien saatavuudesta ja mainostaa niiden hintoja.²

Mainonnan salliminen myyntipaikkojen ulkopuolella on saatavuuden ja hinnan ilmoittamisen osalta poikkeus yleisten paikkojen mainontakiellon pääsäännöstä. Myyntipaikkojen ulkopuolella tuotetta ei saa tuoda esiin esimerkiksi erityisen suurikokoisella mainoksella tai muuten huomiota herättävällä tavalla. Tuotteen esilletuonti ei myöskään saa olla selkeästi mainonnallinen, toisin sanoen tuotteen laadun, maun tai muiden ominaisuuksien laajempi kuvaileminen ei ole sallittua

² Vähittäismyyntin osalta tarjoushintojen on oltava voimassa vähintään 2 kuukauden ajan, jotta niistä voidaan ilmoittaa myyntipaikan ulkopuolella.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Ilmoitus on sijoitettava myyntipaikan välittömään läheisyyteen. Vain perustelusta, esimerkiksi sijaintiin ja paikan hankalaan löydettävyyteen liittyvästä syystä mainos voidaan sijoittaa muualle kuin näköyhteyden päähän myyntipaikasta. Asiakkaan tulee voida mieltää alkoholimainoksen ja sen myyntipaikan yhteys, sekä näköyhteys että toiminnallinen yhteys. Esimerkiksi kauppakeskuksen yleinen valotaulu keskuksen ulkopuolella ei ole luvanhaltijan mainontaa, eikä Valviran käsityksen mukaan täytä näitä edellytyksiä.

Pysäkit sekä kadut yleisesti ovat lasten ja nuorten normaaliin elinympäristöön kuuluvia yleisiä paikkoja, joissa tapahtuva alkoholimainonta on haluttu yleisen paikan mainontakiellolla estää. Pysäkit tai vastaavat eivät ole luvanhaltijan hallinnassa tai valvontavelvollisuuden piirissä. Vaikka pysäkki sijaitisi myyntipaikan läheisyydessä, ei kuluttaja miellä niiden mainontaa tietyn luvanhaltijan mainonnaksi kuten liikkeen näyteikkunassa tai kulkuoven vieressä sijaitsevan A-ständissä tapahtuvan mainonnan. Tämän johdosta alkoholimainontaa ei pysäkeillä tai vastaavissa paikoissa nykyinsäädännön nojalla saa olla.

Ravintoloiden ulkoanniskelualueilla säännös tulee huomioida, esimerkiksi terrassilla olevien mainosvarjojen, julisteiden tai muiden kalusteiden tai rekvisiitan suhteen. Alkoholimainonta ei näissä saa olla niin huomiota herättävää ja anniskelualueen ulkopuolelle kohdistettua, että sitä voitaisiin pitää yleisten paikkojen mainontakiellon kiertämisenä.

Mietoja alkoholijuomia saa mainostaa saatavuuden ja hinnan osalta esimerkiksi:

- anniskelupaikan ikkunassa
- ns. A-ständissä anniskelupaikan välittömässä läheisyydessä
- anniskelupaikan markiiseissa
- ulkoanniskelualueen mainosvarjoissa

Valviran tulkintakäytännön mukaan mietojen alkoholijuomien nimet, merkit ja logot voivat näkyä ravintolan näyteikkunoissa ja markiiseissa. Ikkunassa saa myös olla esimerkiksi oluttuopin kuva kertomassa saatavuudesta. Valmistajan nimen, logon tai muun tunnusteen esilletuominen ei ole tarjolla olevan alkoholijuoman saatavuudesta tiedottamista.

Ravintolan nimi voi olla sama kuin miedon alkoholijuoman nimi. Tällöin on kuitenkin huomattava, että ravintolan mainonta yleisellä paikalla muualla kuin sen välittömässä läheisyydessä voi muodostua kielletyksi alkoholijuoman epäsuoraksi mainonnaksi.

2.9.3 Markkinointi muun tuotteen tai palvelun mainonnan yhteydessä sekä epäsuora mainonta

Alkoholilain 50.2 §:ssä kielletään miedon alkoholijuomien markkinoinnin liittäminen muun tuotteen tai palvelun markkinointiin yleisellä paikalla.

Myös epäsuora mainonta yleisellä paikalla on kielletty, toisin sanoen alkoholijuomien myyntiä ei saa edistää muun hyödykkeen mainonnan yhteydessä siten, että muun hyödykkeen tunnuksena käytetään sellaisenaan tai tunnustettavasti muunnettuna juomalle vakiintunutta tunnusta tai että siitä muutoin välittyvä mielikuva tietystä juomasta.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Koska alkoholilaissa on säädetty kieltö mainostaa mietoja alkoholijuomia yleisellä paikalla, ei tätä kieltöä voi kiertää yleisten paikkojen mainonnassa esimerkiksi:

- maksamalla tilaisuuden järjestäjälle alkoholijuoman nimen käyttämisestä tilaisuuden nimenä (sponsorointi)
- maksamalla muiden tuotteiden valmistajille alkoholijuoman nimen käyttämisestä muiden tuotteiden nimenä.

Jos esimerkiksi tapahtuma, kilpailu tai urheiluturnaus on sopimusjärjestelyn perusteella nimetty miedon alkoholijuoman mukaan, ei sitä voida yleisellä paikalla, kuten esimerkiksi katujen varsilla ja pysäkeillä mainostaa.

Yleisten paikkojen mainontakiellon johdosta myös erilaisten tuoteperheiden ja nimikkotuotteiden osalta saattaa syntyä kielletyksi katsottavia tilanteita.

Esimerkiksi alle 1,2 tilavuusprosenttia alkoholia sisältäviä juomia ei voi lähtökohtaisesti mainostaa julkisilla paikoilla, jos ne kuuluvat tuoteperheeseen, joka sisältää saman merkin, nimen tai logon alla vahvempia juomia. Näin siinäkin tapauksessa, että nämä olisivat vain mietoja alkoholijuomia. Se, katsotaanko tunnuksen käyttäminen alkoholijuoman epäsuoraksi mainonnaksi, perustuu tapauskohtaiseen harkintaan. Harkinnassa otetaan huomioon se, onko nimi tai tunnus tullut tunnetuksi nimenomaan alkoholijuoman tunnuksena.

Myös erilaiset urheilujoukkueiden, yhtyeiden ja artistien mukaan nimetyt alkoholijuomat ovat yleistyneet. Tällöin alkoholijuomien tunnuksena, nimenä tai tunnuskuviona on käytetty yhtyeiden, joukkueiden ym. nimeä tai tunnusta. Tällaisten juomien mainonnassa tulee huomioida yleisiä paikkoja koskeva alkoholijuomien epäsuoran mainonnan kieltö. Esimerkiksi joukkueen ottelua voidaan kuitenkin edelleen mainostaa yleisellä paikalla, jos mainonnasta ei muodostu mielikuvaa kyseisen joukkueen nimikkojuomasta.

Yrityskuvamainonnan osalta voidaan soveltuvin osin noudattaa väkevien alkoholijuomien epäsuoraa mainontaa ja muuta myyinnedistämistoimintaa koskevaa ohjeistusta. On kuitenkin huomattava, että väkevien alkoholijuomien myyinnedistäminen on pääsääntöisesti kiellettyä, kun taas mietojen alkoholijuomien mainonta on pääsääntöisesti sallittu. Alkoholilain systematiikka huomioiden ei ole syytä rajoittaa yrityskuvamainontaa mietojen alkoholijuomien osalta yhtä tiukasti.

Perusoikeusmyönteisen tulkinnan mukaisesti yrityksellä on lähtökohtaisesti oltava oikeus ja mahdollisuus mainostaa itseään nimellään. Yrityksellä on tällöin myös oikeus tuoda esiin sellaiset tuotteet, joiden mainostamista laki ei erikseen kiellä. Yrityskuvamainonnan yhteydessä ei kuitenkaan saa esiintyä tunnuskuvioita tai iskulauseita, joita käytetään yksinomaan alkoholijuoman mainonnassa. Jos yrityksen nimi tai logo on samanlainen kuin miedon alkoholijuoman tai siinä esiintyy osa juoman nimestä, sen käytön sallittavuutta yrityskuvamainonnassa on lähtökohtaisesti arvioitava sen perusteella, välittykö esillepanosta ensisijaisesti mielikuva juuri tietyistä alkoholijuomista, esimerkiksi kirjaintyyppin, värityksen tai vastaavien syiden perusteella.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

2.10 Pelit, arpajaiset ja kilpailut (AlkoL 50.2 §:n 10 kohta)

Sellainen alkoholimainonta, jossa käytetään kuluttajan osallistumista peiliin, arpajaisiin tai kilpailuun, on kielletty. Alkoholijuomien valmistaja, maahantuojaja taikka anniskelu- tai vähittäismyyntiluvan haltija ei voi järjestää peliä, arpajaisia tai kilpailua, jossa on palkintona alkoholijuomaa. Myös muut alkoholijuomiin liittyvät pelit, arpajaiset ja kilpailut ovat kiellettyjä, vaikka niiden palkintona ei käytettäisi alkoholijuomaa. Pelin, arpajaisten tai kilpailun toteuttamisella ei ole merkitystä; kielto koskee niin internetissä kuin esimerkiksi anniskelupaikassa järjestettäviä, tavalla tai toisella alkoholijuomiin liittyviä pelejä, kilpailuja ja arpajaisia. Myöskään sillä ei ole merkitystä, riippuuko voitto sattumasta vai edellyttääkö se kilpailijan taitojen tai kykyjen arvioimista.

Anniskelu- tai vähittäismyyntipaikassa voidaan edelleen järjestää pelejä, arpajaisia ja kilpailuja, kunhan ne eivät millään tavalla liity alkoholijuomiin eikä niiden palkintoina käytetä alkoholijuomia.

Jos **muiden tuotteiden kuin alkoholijuomien** markkinoinnissa käytetään arpajaisia tai yleisökilpailuja, joiden palkintona on mietoa alkoholijuomaa, ei arpajaisten yhteydessä saa esittää alkoholijuomien tuotenimiä tai muita tunnuk-sia eikä niiden valmistajien, maahantuojien tai myyjien nimiä.

Jos arpajaisissa tai yleisökilpailussa on palkintona alkoholijuomia, arpajaisten järjestäjän on huolehdittava siitä, että **alle 18-vuotiaan** ei ole mahdollista osallistua arpajaisiin eikä saada arpajaisvoittona alkoholijuomaa.

Väkeviä alkoholijuomia ei muiden tuotteiden markkinoinnissa saa käyttää arpajaispalkintoina, koska tällaisen palkinnon jakaminen merkitsisi samalla kiellettyä väkevän alkoholijuoman myynninedistämistä.

Lisäksi on otettava huomioon, että arpajaisia ja kilpailuja, joissa on palkintona alkoholijuomaa, vastikkeellinen osallistumisoikeus ja joista syntyy niiden järjestäjälle voittoa, voidaan joissain tapauksissa pitää myös alkoholilain monopoli- ja lupajärjestelmän vastaisena toimintana. Kielletyksi katsotaan näin ollen esimerkiksi alkoholijuoman antaminen voittona hyväntekeväisyysarpajaisissa. Rikoslain [50 a luvun](#) 1 §:n mukaan se, joka alkoholilain tai sen nojalla annetun säännöksen vastaisesti myy, välittää tai muutoin toiselle luovuttaa alkoholijuomaa, voidaan tuomita alkoholirikoksesta sakkoon tai vankeuteen.

Jaettaessa alkoholittomia tuotteita kilpailupalkintona on huomattava, että epäsuoran mainonnan kielto estää sellaisten tuotteiden käytön, jotka kuuluivat tuoteperheeseen, jossa on mukana myös alkoholipitoisia juomia.

2.11 Kuluttajien tuottaman sisällön hyödyntäminen ja mainonnan tarjoaminen kuluttajien jaettavaksi tietoverkon palveluissa (AlkoL 50.2 §:n 11 kohta)

Alkoholijuoman mainonta on kiellettyä, jos sen kaupallinen toteuttaja käyttää hallitsemassaan tietoverkon palvelussa **kuluttajien tuottamaa sanallista tai kuvallista sisältöä** tai saattaa palvelun välityksellä **kuluttajien jaettavaksi** tuottamaansa tai kuluttajien tuottamaa sanallista tai kuvallista sisältöä.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Hallituksen esityksen mukaan säännöksen tavoitteena on rajoittaa uusia ja tehokkaita internetmainonnan keinoja siten, että lasten ja nuorten altistuminen alkoholimainonnalle vähenee, mutta aikuisten kuluttajien on edelleen mahdollista saada tarvitsemansa viestinnällinen informaatio miedoista alkoholijuomista.

Kiellettyä on kuluttajien tuottaman materiaalin, kuten kommenttien tai omien juomiskuvien ja -videoiden, käyttäminen alkoholimainonnassa. Kuluttajien tuottamaa materiaalia ei saa jakaa kaupallisen toteuttajan internetsivujen tai yhteisöpalvelujen kautta. Mainostajan tulee poistaa mainonnan jakamismahdollisuus, eikä hän saa kehottaa tai kannustaa kuluttajia jakamaan tuotmaansa tai kuluttajien tuottamaa alkoholimainonnan katsottavaa sisältöä hallitsemassaan tietoverkon palvelussa. Kaupallisella toteuttajalla on velvollisuus poistaa kuluttajien tuottama alkoholimainonnan katsottava materiaali hallitsemastaan tietoverkon palvelusta. Esimerkiksi kuluttajien alkoholijuomia kehuvat kommentit ja kuvat alkoholijuomista katsotaan kuluttajien tuottamaksi sisältöksi. Yhteistyössä valmistajan, myyjän tai maahantuojan kanssa tuotettua materiaalia, kuten blogitekstiä, ei katsota kuluttajan tuottamaksi materiaaliksi.

Rajoitus koskee alkoholimainonnan **kaupallista toteuttajaa**. Kaupallisella toteuttajalla tarkoitetaan toimijaa, jolla on suora taloudellinen intressi alkoholijuoman mainontaan. Kaupallinen toteuttaja on tyypillisesti alkoholijuoman myyjä, maahantuoja tai valmistaja. Rajoituksella ei siten ole vaikutusta yksityisen kansalaisen tai kuluttajan sananvapauteen, koska kuluttajien omaehtoinen keskinäinen viestintä ei ole mainontaa.

Kaupalliseksi toteuttajaksi voidaan kuitenkin katsoa myös muu alkoholimainonnasta hyötyvä taho, joka toteuttaa mainontaa. Asemansa perusteella kaupallisena toteuttajana pidetään yksittäistä henkilöä, jolla on välitön taloudellinen intressi tai muuten selkeä kaupallinen tarkoitus alkoholijuoman mainontaan. Tällainen henkilö on esimerkiksi alkoholijuomaa valmistavassa, myyvässä tai maahantuovassa yrityksessä päättävässä asemassa toimiva henkilö.

Alkoholijuomien mainonnan kaupalliseksi toteuttajaksi voidaan katsoa myös esimerkiksi blogin kirjoittaja tai YouTube- tai Instagram-tilin ylläpitäjä, jos hän tekee yhteistyötä tai toimii alkoholijuoman valmistajan, myyjän tai maahantuojan toimeksiannosta tai mainostaa alkoholijuomia korvausta vastaan. Tällöin hänen tulee huomioida alkoholijuomien mainontaa koskevat säännökset ja häneen sovelletaan samoja mainonnan rajoituksia kuin muihinkin mainostajiin.

Se, missä menee kielletyn ja sallitun toiminnan raja, perustuu aina tapauskohtaiseen kokonaisarvioon. Mikäli blogikirjoittaja saa vain satunnaisia tuotenäytteitä, eikä alkoholijuomateollisuuden toimija muutoin ohjaa kirjoittamista, katsotaan kirjoittaminen vapaaksi kansalaiskirjoittamiseksi, jota alkoholilain mainontasäännökset eivät koske.

Kaupallisen toteuttajan **hallitsemalla tietoverkon palvelulla** tarkoitetaan mitä tahansa tietoverkossa olevaa palvelua tai kanavaa, joka näkyy kuluttajalle ja jonka sisällöstä kaupallinen toteuttaja voi päättää. Tällaisia tietoverkon palveluja ovat esimerkiksi verkkosivut, Facebook, Instagram, blogit ja YouTube.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Valviran näkemyksen mukaan mainostaja ei saa kehottaa tai kannustaa kuluttajia jakamaan tuottamaansa tai kuluttajien tuottamaa alkoholimainonnaksi katsottavaa sisältöä hallitsemassaan tietoverkon palvelussa.

Mainostajan tulee tietoverkon palvelussa käyttää tarjolla olevat asetukset estääkseen tuottamansa alkoholimainonnaksi katsottavan sisällön jakamisen. Mikäli jakamistoiminnon poistaminen käytöstä on mainostajan käyttämässä tietoverkon palvelussa mahdollista, tulee mainostajan poistaa toiminto käytöstä alkoholijuoman mainonnan yhteydessä.

Sosiaalisen median palveluissa kohdennetusti käyttäjille näkyvät mietojen alkoholijuomien sponsoroidut mainokset ovat pääsääntöisesti sallittuja, mutta mainonnan toteuttajan tulee varmistaa, että mainonta kohdennetaan täysi-ikäisille henkilöille. Sponsoroiduista mainoksista tulee poistaa jakamismahdollisuus.

Jos mainostaja on **estänyt** tuottamansa mainosaineiston jakamisen **niillä keinoilla, jotka ovat sen käytettävissä**, ei mainostaja vastaa siitä, että kuluttaja esimerkiksi lähettää linkin tai aineistoa toiselle kuluttajalle. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että mainostajan on noudatettava huolellisuutta ja vastuullisuutta palvelukohtaisten asetusten valinnassa käyttämissään tietoverkon palveluissa.

Useissa palveluissa on käytössä myös ns. ”tykkäys”-toiminto. Sitä, että kuluttaja nappia painamalla - sanallista tai audiovisuaalista sisältöä tuottamatta - ilmaisee pitävänsä mainostajan tuottamasta sisällöstä, ei pidetä kuluttajan tuottamana sisältönä. Mainostajan ei siis tarvitse poistaa tai estää ”tykkäyksiä”.

Toiminnan sallittavuuden arviointi perustuu aina tapauskohtaiseen kokonaisharkintaan. Olennaista harkinnassa on erityisesti se, katsotaanko kaupallisen toteuttajan tavoitelleen toimillaan alkoholijuoman mainontaa ja myynninedistämistä ja onko se siinä tarkoituksellisesti pyrkinyt hyödyntämään kuluttajien aktiivisuutta tai näiden tuottamaa sisältöä. Tähän vaikuttavat esimerkiksi toiminnan tarkoitus, laajuus, kohderyhmä ja kesto.

Sallittua on:

- mietojen alkoholijuomien mainonta perinteisillä internetsivuilla
- mietojen alkoholijuomien mainonta sosiaalisen median palvelussa, edellyttäen että jakamistoiminnon käyttöä koskevat rajoitukset on otettu huomioon ja kuluttajien mahdollisuus kirjoittaa sivulle ja kommentoida siellä on estetty tai mainostaja poistaa alkoholimainonnaksi katsottavat kuluttajien kirjoitukset ja kommentit.
- kuluttajan tuottaman sisällön ja jakamismahdollisuuden hyödyntäminen muiden tuotteiden tai palvelujen kuin alkoholijuomien mainonnassa. Jos kuluttajan tuottaman sisällön pääasiallinen viesti ei liity alkoholijuomiin, sitä ei tarvitse poistaa.

Kiellettyä on:

- Kuluttajan tuottaman materiaalin, kuten kuvien, videoiden, kommenttien tai blogitekstien hyödyntäminen markkinoinnissa
- alkoholimainonnan jakamiseen kehottaminen aineiston yhteydessä.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

- sosiaalisen median palveluihin linkittyvän jakamistoiminnon hyödyntäminen alkoholimainonnan yhteydessä mainostajan hallitsemilla perinteisillä internetsivuilla (ns. some-painikkeet).

3 Alkoholin markkinointi ravintolassa

3.1 Väkevien alkoholijuomien markkinointi ravintolassa (AlkoL 50.1 § ja 50.4 §:n 1 kohta)

Väkevien alkoholijuomien markkinointi on sallittua anniskelupaikan sisätiloissa. Mainonta ei saa olla näkyvillä ravintolan ulkopuolelta. Mainonnan ei tarvitse rajoittua vain anniskelualueelle, vaan mainoksia saa olla myös esimerkiksi anniskelupaikan muissa sellaisissa tiloissa, joista ne eivät selkeästi näy ravintolan ulkopuolelle. Luvanhaltijan ylläpitämällä verkkosivuilla tai sosiaalisen median palveluissa tapahtuva markkinointi ei ole anniskelupaikassa tapahtuvaa mainontaa.

Mainonnan on oltava asiallista. Se ei saa olla esimerkiksi hyvän tavan vastaista, kuluttajien kannalta sopimatonta tai harhaanjohtavaa. Juoma-annoksia mainostettaessa on kerrottava annoksen koko ja hinta sekä juomasekoituksen sisältämän alkoholijuoman määrä.

Väkeviä alkoholijuomia **ei saa mainostaa**

- tuotteissa, jotka on tarkoitettu asiakkaiden mukaan otettaviksi (postikortit, mainoslehtiset, reseptivihot, mukaan myytävät tulitikut yms.)
- tarjoamalla väkevistä alkoholijuomista maistiaisina.

Väkevien alkoholijuomien tunnuksia saa olla henkilökunnan asusteissa. Työvaatteiden on pysyvä työvaatteina eikä niitä tule käyttää vapaa-ajan asusteina.

Anniskelupaikassa saadaan järjestää väkevän alkoholijuoman tuote-esittelytilaisuuksia. Esittelyä voi tehdä myös muu kuin ravintolan henkilökuntaan kuuluva. Esittelyssä voidaan kertoa juoman ominaisuuksista ja käytöstä ja näyttää drinkkien tekemistä. Juomasta ei saa antaa maistiaisina ilmaiseksi tai nimeliseksi katsottavalla hinnalla. Esittelyn yhteydessä ravintola voi kuitenkin myydä juoma-annoksia kohtuullisesti alennetulla tarjoushinnalla.

Ravintolatilojen ulkopuolella väkevien alkoholijuomien markkinointi on kielletty. Väkeviä alkoholijuomia ei saa mainostaa myöskään yleisesti tunnetuin lempinimi tai kiertoilmaisuin eikä myöskään vakiintuneilla tunnuskuvilla.

Väkeviä alkoholijuomia ei saa mainostaa lehti-ilmoituksissa, tv-mainoksissa, näyteikkunan sommitelmissa, ikkunateippauksissa, ulko-ovessa, ulkokylteissä, internetissä esimerkiksi ravintolan verkkosivuilla tai Facebook-sivuilla. Kiellettyä mainontaa on myös väkevien alkoholijuomien pullojen asettaminen esille ravintolan ikkunaan.

Kiellettyä on mm. ravintolan mainonta, jossa esiintyy

- väkevän alkoholijuoman tuotenimi

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

- väkevän alkoholijuoman lajinimi, esimerkiksi ”irlantilaisviskit”, ”kahvi ja konjakkii”
- kuvia väkevien alkoholijuomien pulloista tai etiketeistä
- koko juomavalikoima (myös väkevät), esimerkiksi ”kaikki juomat kympillä”.

Terassilla tai muulla ulkoanniskelualueella mainonnan on oltava sellaista, että se ei ole huomiota herättävästi havaittavissa alueen ulkopuolelta. Väkeviä alkoholijuomia mainostavat suuret lakanat, kauas näkyvät hintatiedot, väkevien tunnuksilla varustetut aurinkovarjot tms. ovat sen vuoksi kiellettyjä.

Väkevistä alkoholijuomista valmistettujen **drinkkien tai cocktailien** mainonta merkitsee samalla niiden valmistuksessa käytettävien väkevien alkoholijuomien myyninedistämistä riippumatta siitä, onko valmiin juomasekoituksen alkoholipitoisuus yli vai alle 22 tilavuusprosentin. Kielto koskee kaikkien ravintolassa väkevistä valmistettavien juomasekoitusten mainontaa.

Sallittua on markkinoida sellaisia drinkkejä, jotka on kokonaan valmistettu alle 22-prosenttisista alkoholijuomista. Selkeyden vuoksi olisi hyvä mainita, että kyseessä on mieto drinkki, jos se ei muuten käy ilmi juoman nimestä. **Valmiiksi sekoitettujen mietojen pulloitteiden** myyminen ei ole väkevien alkoholijuomien anniskelua. Tällaisia juomia saa kuitenkin mainostaa vain, jos niiden nimeen ei sisälly väkevän alkoholijuoman tuotenimeä: esimerkiksi Jim Beam&Cola -tölkkijuoman mainonta on kiellettyä.

Nimitykset ”snapsi” ja ”salmari” tai ”salkkari” yms. herättävät vakiintuneesti mielikuvan väkevistä alkoholijuomista. Jos näillä nimillä mainostetaan mietoista alkoholijuomista valmistettuja juomia, asia on kerrottava selkeästi, esimerkiksi ”tervasnapsi 21 %”, ”mieto salmari”, jotta mainonta ei muodostuisi harhaanjohtavaksi.

Anniskelupaikka saa väkevien alkoholijuomien mainontakiellon estämättä julkaista anniskeluhinnastonsa painettuna tai tietoverkossa esitettynä siten, että kaikki paikassa tarjolla olevat juomat esitellään kuluttajille asiallisesti ja yhdenmukaisella tavalla. Luettelo ei siis saa olla mainoslehtisen kaltainen esite, jossa nostetaan vain osa tuotteista esille. Yksittäistä juomaa ei siis saa korostaa fontein, värein tai esimerkiksi asetelullisin keinoin.

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Ravintola mainosti sen sisäänpääsymaksuun sisältyvän koko illan. Mainonnassa ei kerrottu, että hinta koostui ohjelmapalvelumaksusta ja juomalippumaksusta. All Inclusive -mainonnan katsottiin olevan harhaanjohtavaa. Koska juomalipuilla sai myös väkevää alkoholijuomaa, mainonta katsottiin myös alkoholilain 33.1 §:n vastaiseksi väkevän alkoholijuoman mainonnaksi. (Lausunto 8639/13.08.00.01/2013)

3.2 Mietojen alkoholijuomien markkinointi ravintolassa (AlkoL 50.2 §)

Pääsääntö on, että mietojen (enintään 22 tilavuus-%) alkoholijuomien asiallinen mainonta on sallittua. Sallittua on mietojen alkoholijuomien tuotenimien ja tunnusten käyttö sekä hintatietojen antaminen. Kielletyksi mainonta muodostuu mm. silloin, kun se kohdistetaan alaikäisiin tai siinä käytetään hyvän tavan

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

vastaisia tai sopimattomia myynninedistämiskeinoja. Markkinoinnin kokonaisvaikutelma on usein ratkaiseva arvioitaessa, milloin toimintaa on pidettävä lainvastaisena.

Ilmaistarjoilu

Alkoholimainonta, jolla asiakkaita houkutellaan ilmaisen alkoholijuoman avulla tai tehdään tarjouksia, joiden mukaan alkoholijuomia saa sitä edullisemmin, mitä enemmän niitä juo, on kielletty. Niin ikään kiellettyä on järjestää ravintolassa yleisölle avoimia alkoholijuomien maistiaisia. Tällainen mainonta vetoaa helposti ns. heikkoihin kuluttajaryhmiin, kuten nuoriin tai alkoholijuomien suurkuluttajiin, ja voi houkutella lisäämään harkitsemattomasti alkoholinkulutustaan.

Esimerkkejä sopimattomasta myynninedistämisestä:

- ”Ensimmäinen juoma ilmaiseksi”, ”Arvomme ilmaisia juomia”
- Ravintolan myymät paketit, joihin sisältyy oikeus nauttia rajoituksetta alkoholijuomia, esim. ”VIP-lipulla alkoholijuomia vapaasti” tai ”Tasarahalla niin paljon kuin ehdit juoda”
- ”Kaksi juomaa yhden hinnalla”
- Olutpassit ym. tositteet, joihin kerätään leimoja alkoholijuomaostoista ja tietyn määrän kerännyt asiakas saa maksutta alkoholijuoman tai muun edun esim. joka viides juoma puoleen hintaa
- Kuluttajille esimerkiksi kadulla jaettu lipuke; ”tällä kupongilla olut tai siideri ilmaiseksi ravintolassa X:ssä”
- Oluenjuontikilpailut ja muut vastaavat tapahtumat, joissa juomana on alkoholijuoma.

Luvanhaltija voi kuitenkin tarjota asiakkailleen mietoa alkoholijuomaa maksutta, jos se tapahtuu yllätyksellisesti vieraanvaraisuuseleenä. Esimerkiksi jonkin merkittävän tapahtuman tai asian johdosta talo tarjoaa kierroksen mietoa alkoholijuomaa ravintolassa juuri sillä hetkellä oleville asiakkaille. Vieraanvaraisuustarjoilusta ei saa tiedottaa etukäteen esimerkiksi lehti-ilmoituksilla tai tekstiviesteillä. Ilmaistarjoilun on oltava täysin satunnaista ja tarjottavan juoman määrän on oltava kohtuullinen. Tarjoilua ei saa järjestää säännöllisesti siten, että asiakkaat tietävät ilmaistarjoilun ajankohdan, vaikka siitä ei julkisesti tiedotettaisikaan.

Luvanhaltijan edustukseen liittyvä vieraanvaraisuustarjoilu

Avatessaan uuden ravintolan luvanhaltija voi järjestää kutsuvieraille avajaisjuhlan. Paikalle henkilökohtaisesti kutsutut henkilöt ovat luvanhaltijan vieraita, joille luvanhaltija vieraanvaraisuuteen liittyen voi tarjota maksutta ruokaa ja juomia. Tässä on kysymys luvanhaltijan edustustilaisuudesta eikä tilaisuudesta, jonka tarkoituksena on edistää alkoholijuomien myyntiä. Tilaisuudessa tulee kuitenkin normaalin tapaan noudattaa anniskelusäännöksiä.

Luvanhaltija voi järjestää ravintolassa muunkinlaisia edustustilaisuuksia. Esimerkiksi liikeneuvottelujen yhteydessä voidaan tarjota maksutta ruokaa ja alkoholijuomia. Se, katsotaanko tilaisuus luvanhaltijan edustamiseen liittyväksi vai onko kysymys kuluttajiin kohdistuvasta alkoholijuomien myynninedistämisestä, on ratkaistava kussakin yksittäistapauksessa erikseen tilaisuuden luonteen ja laajuuden perusteella.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Kanta-asiakastilaisuudet

Luvanhaltija voi järjestää kanta-asiakkaille satunnaisesti suljettuja ajallisesti rajattuja tilaisuuksia, joissa kanta-asiakkaille saadaan tarjoilla maksutta vain kohtuullinen määrä alkoholijuomaa. Tarjoiltavat juomat voivat sisältää myös väkeviä alkoholijuomia, mutta niitä ei markkinointikiellon johdosta ole mahdollista muutoin markkinoida tai esimerkiksi tuoda tilaisuuden kutsussa esiin.

Kanta-asiakkaalta edellytetään olemassa olevaa asiakassuhdetta. Kanta-asiakastilaisuuteen kutsu on lähetettävä etukäteen ja sen tulee olla henkilökohtainen. Kanta-asiakkaana ei pidetä henkilöä, joka on saapunut ravintolaan paikalle ja rekisteröityy vasta tällöin ravintolan kanta-asiakkaaksi saadakseen ilmaistarjoilua.

Suljetut kanta-asiakastilaisuudet tulee kutsussa rajata ajallisesti. Tänä aikana ravintola tai kyseinen ravintolaosasto tulee olla suljettu muulta yleisöltä. Tilaisuuden päätyttyä ravintola voi jatkaa normaalisti toimintaansa myös muulle yleisölle avoimena ravintolana.

Tuote-esittelyt

Anniskeluluvan mukaisella anniskelualueella saadaan esimerkiksi messuta-pahtumassa esitellä alkoholijuomia. Yleisölle avoimessa messutilaisuudessa ei esiteltäviä alkoholijuomia saa tarjoilla tai maistattaa ilmaiseksi. Alkoholijuomien esittelyyn liittyvä juomien maistelu ja nauttiminen tulee toteuttaa anniskelua ja mainontaa koskevien säännösten ja määräysten mukaisesti.

Alkoholialan näytteilleasettajien tulee sopia anniskeluluvan haltijan kanssa esiteltävien alkoholijuomien toimittamisesta anniskeltavaksi messuille sekä esittelyyn liittyvistä muista käytännön järjestelyistä. Huomioitava on, että anniskelupaikassa saa anniskella ja nauttia vain sinne laillisesti toimitettua alkoholijuomaa.

Anniskeluun alkoholijuomat voidaan hankkia alkoholiyhtiöstä, luvan saaneelta alkoholijuomien valmistajalta tai tukkumyyjältä. Tehtyään ilmoituksen Valviralle luvanhaltija voi myös tuoda maahan alkoholijuomat anniskelua varten. Myös tuote-esittelytarkoituksessa alkoholijuomat tulee hankkia anniskelupaikkaan edellä kerrotulla tavalla ja toimitukset kirjata anniskelupaikan lupanumerolle.

Ravintolan mainonnassa on otettava huomioon myös **muut mietojen alkoholijuomien mainontaan liittyvät rajoitukset**, joita on käsitelty tarkemmin luvussa 2.

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Lääninhallitus antoi ravintolalle varoituksen mm. sillä perusteella, että ravintolassa oli käytössä olutpassi, jolla viisi tuoppia ostettuaan sai kuudennen ilmaiseksi. Korkein hallinto-oikeus katsoi, että ravintolassa oli harjoitettu sopimatonta myynninedistämistä ja pysytti lääninhallituksen päätöksen. (KHO 29.1.1999 taltio n:o 147)

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Katso myös[2 Miedot alkoholijuomat](#)[4 Hinnoittelu ja hintailmoittelu](#)[Valviran Alkoholijuomien anniskelu -ohje](#)

4 Hinnan ilmoittaminen, hinnoittelu ja alkoholin ostosta annettavat hyvitykset

4.1 Hinnan ilmoittaminen markkinoinnissa

Asetuksessa kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa ([553/2013, hintamerkintäasetus](#)) todetaan, että jos vähittäiskauppias tai muu elinkeinonharjoittaja vähittäiskaupan tapaan toimiessaan mainoksin tai muutoin markkinoi yksilöityä tavaraa ilmoittamalla tietyn myyntihinnan, tavaran yksikköhinta on samalla ilmoitettava.³ Asetuksen säännöksiä on noudatettava kaikessa markkinoinnissa markkinointivälineestä riippumatta.

Siinä tapauksessa, että kulutushyödykettä markkinoidaan tiettyyn myynti- tai yksikköhintaan, myyntihinta ja yksikköhinta on ilmoitettava selkeällä, yksiselitteisellä ja kuluttajan kannalta helposti ymmärrettävällä ja havaittavalla tavalla.

Kuluttajansuojalain mukaan yritysten on markkinoinnissaan annettava tuotteesta kuluttajalle ostopäätöksen tekemisen kannalta olennaiset tiedot. Kuluttaja-asiamies on katsonut, että hinta on sellainen olennainen ja merkittävä kuluttajan ostopäätökseen vaikuttava seikka, jonka kertomista on pidettävä suositeltavana silloinkin, kun jokin nimenomainen säännös ei siihen velvoita.

Anniskelupaikassa tulee olla saatavilla hintatiedot kaikista paikassa myytävissä tuotteista. Jos kaikkien myyntihintojen tai myyntihintojen määräytymisperusteiden merkitseminen hinnastoon ei ole mahdollista tarjottavien palveluiden suuren määrän tai muun vastaavan seikan vuoksi, riittää, että hinnastoon merkitään tavallisimmat myyntihinnat tai niiden määräytymisperusteet. Hinnastossa on tällöin oltava maininta täydellisestä hinnastosta, jonka tiedot on annettava kuluttajalle pyydettäessä.

Mietojen alkoholijuomien hinnoista voidaan tiedottaa myös ulkona olevassa mainostelineessä, seinään asennetussa ilmoituskaapissa tai ravintolan ikkunassa ja ovessa.

4.2 Hinnoittelu (AlkoL 51.1 §)

Alkoholilain 51 §:n 1 momentin mukaan kahta tai useampaa alkoholijuomapakkausta tai -annosta ei saa tarjota vähittäismyynnissä ja anniskelussa paljousalennuksella eli alennettuun yhteiseen hintaan siten, että erikseen ostet-

³ *myyntihinnalla* tarkoitetaan tavarasta tai palvelusta perittävää lopullista verollista hintaa lisätynä tavarasta perittävillä panteilla, *yksikköhinnalla* tarkoitetaan tavarantoimittajan lopullista verollista hintaa paino-, tilavuus- tai pituusyksiköltä; yksikköhintaan ei lueta tavarasta perittäviä panteja.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

tuna samojen hyödykkeiden yksikköhinta on kalliimpi. Halpojen hintojen ja paljousalennusten katsotaan vaikuttavan erityisesti niihin, joiden alkoholinkulutusta käyttövarojen niukkuus eniten rajoittaa sekä niihin, joiden harkintakyky on heikentynyt esimerkiksi alkoholiriippuvuuden takia.

Säännös ei koske tilannetta, jossa samaa alkoholijuomaa myydään erikokoisissa yksittäispakkauksissa, esimerkiksi 0,33 litran ja yhden litran pulloissa. Isommassa yksittäispakkauksessa alkoholijuoma saa olla litrahinnaltaan halvempi kuin pienemmässä yksittäispakkauksessa. Anniskelun osalta tämä koskee mm. oluen sekä puna- ja valkoviinin hinnoittelua, kun niitä anniskellaan laseittain tai pulloittain.

Hintailmoittelu ei saa johtaa kuluttajaa harhaan. Harhaanjohtavaa voi olla miedon alkoholijuoma-annoksen koon ilmoittaminen käyttäen ilmaisuja ”iso” tai ”pieni”, koska ravintolassa voi olla käytössä erilaisia annoskokoja. Ilmoituksessa tulee mainita, kuinka paljon senttilitroina on esimerkiksi ”iso tuoppi” olutta tai ”lasi” punaviiniä.

Paljousalennuskiellon perusteella asiakkaan tulee saada ostaa yksittäinen tuote siihen hintaan, jonka alennetun monipakkauksen yksittäinen tuote maksaisi. Hinta lasketaan kyseessä olevan tuotemerkin halvimman monipakkauksen perusteella. Säännös ei koske tilannetta, jossa samaa alkoholijuomaa myydään erisuuruksissa yksittäispakkauksissa. Isommassa yksittäispakkauksessa, kuten litran pullossa alkoholijuoma saa olla litrahinnaltaan halvempi kuin pienemmässä yksittäispakkauksessa.

Anniskelu- tai vähittäismyyntipaikka voi hinnoitella alkoholijuoman normaalia edullisemmaksi silloin, kun kysymyksessä on rajattu ryhmä kuten kanta-asiakkaiksi rekisteröityneet henkilöt. Erityiset kanta-asiakashinnat tai henkilökuntaalennukset ovat siten sallittuja.

Alkoholilain 51.1 §:n paljousalennuskieltoa sovelletaan myös edellä mainittuun kahden hinnan järjestelmään. Toisin sanoen kuluttajan on kyseisen hinnoitteluryhmän sisällä saatava ostaa yksittäinen tuote tarjoushintaan, esimerkiksi kanta-asiakkaan tai etukorttilaisen tulee voida ostaa yksittäinen tuote kanta-asiakkaan etuhintaan.

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Kaikkia myynnissä olleita alkoholijuomia ei ollut saatavilla vähittäismyyntipaikassa yksittäispakkauksissa, ja hyllyissä oli erikseen kielto avata monipakkauksia. Aluehallintovirasto ohjasi luvanhaltijaa, että myyntipaikka ei saa kieltäytyä myymästä monipakkauksessa myytävänä olevia tuotteita yksittäin. (Etelä-Suomen aluehallintoviraston ohjaava kirje 3750 99 2013 170 020)

Vähittäismyyntiketjun mainoslehtisessä mainostettiin siideriä tarjoushinnalla 2 tölkkiä yhteishintaan 5 €. Tarjous oli voimassa viikon ajan. Aluehallintovirasto katsoi, että ilmoittelussa rikottiin sekä paljousalennuskieltoa että tarjoushinta-ilmoittelukielloa ja antoi luvanhaltijalle varoituksen. (Pohjois-Suomen aluehallintoviraston päätös 110 99 2011 170 015)

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

4.3 Alkoholijuomien hinnasta annettavan hyvityksen kieltö (AlkoL 51.2 §)

Alkoholilain 51.2 §:n mukaan alkoholijuoman hinnasta annettavan hyvityksen, joka lasketaan alkoholijuomien tai muiden kulutushyödykkeiden ja palveluiden ostojen perusteella, tarjoaminen ja maksaminen vähittäismyynnissä ja anniskelussa on kielletty. Ostohyvitysten maksaminen on kielletty Suomessa toimivan etuohjelman yhteydessä myös ulkomailla tehdyistä alkoholiostoista.

Hallituksen esityksen yksityiskohtaisissa perusteluissa selvennetään vielä, että alkoholijuomien myyntiä ei jatkossa saa edistää kaupan tai ravintoloiden kanta-asiakaskorttien tai etuohjelmien yhteydessä siten, että alkoholijuoman ostaminen olisi ostohyvitysten johdosta sitä halvempaa, mitä enemmän asiakas juomia tai muita kulutushyödykkeitä ostaa.

Tällöin myöskään muiden hyödykkeiden tai palvelujen ostosta saatua hyvitystä ei voida käyttää maksuvälineenä alkoholia ostettaessa.

Säännös koskee nimenomaisesti alkoholijuomien vähittäismyyntiä ja anniskelua ja sen tarkoituksena todetaan perusteluissa olevan estää kaupan tai ravintoloiden kanta-asiakaskorttien tai etuohjelmien yhteydessä tapahtuva alkoholi-juomien myynninedistäminen ostohyvitysten avulla.

Luottokorttien käytöstä aiheutuvia etuja säännös ei estä siinä tapauksessa, että kyse on rahoituslaitoksen liikkeelle laskemasta luottokortista, eikä rahoituslaitos itse harjoita anniskelu- tai vähittäismyyntitoimintaa merkittävässä määrin. Etu maksetaan kaikista kortinhaltijan kortilla tekemistä ostoksista, eikä vain kanta-asiakkuuden myöntäneen toimijan tuotteista. Maksettava hyvitys ei tällöin ole sidoksissa tietyn alkoholinmyyjän kanta-asiakaskorttiin tai etuohjelmaan.

Laissa ja perusteluissa puhutaan hyvityksestä, ei erityisesti bonuksesta. Hyvitys on yleistermi, joka kattaa sekä bonukset että muissa muodoissa tarjottavat edut, kuten esimerkiksi maksutapaedut. Säännöksen tarkoitus on kieltää kaikenlaiset hyvitysjärjestelyt.

Edellä mainitun perusteella Valvira katsoo, että sekä bonuksen, maksutapaedun että muiden mahdollisten ostohyvitysten tarjoaminen alkoholijuoman ostamisesta tai muiden hyödykkeiden tai palvelujen ostamisesta ansaitun hyvityksen käyttäminen alkoholijuoman ostamiseen on kielletty.

Hyvityskielto ei estä tarjoamasta esimerkiksi kanta-asiakasetuna jotain alkoholi-juomaa edullisemmin.

4.4 Alkoholijuomien tarjoushinnoista ilmoittaminen (AlkoL 51.3 §)

Vähittäismyyntipaikasta ulospäin suunnattua mietojen alkoholijuomien hintailmoittelua rajoitetaan alkoholilain 51.3 §:ssa. Lainkohdan mukaan alkoholi-juomien tarjoushintojen ilmoittaminen vähittäismyyntipaikan ulkopuolella on kiellettyä, jos tarjous on voimassa alle kaksi kuukautta.

Kiellettynä tarjoushinnasta ilmoittamisena voidaan pitää myös alkoholijuomien tarjoukseen viittaavien käsitteiden ja kuvien käyttämisestä vähittäismyyntipaikan

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

ulkopuolella, jos niillä tosiasiallisesti tarkoitetaan mainostaa alle kahden kuukauden ajalle rajattua tarjoushintaa.

Alle kahden kuukauden voimassa olevia alkoholijuomien tarjoushintoja ei saa asettaa näkymään vähittäismyyntipaikasta ulospäin kuten oveen, ikkunaan tai kadulle eikä niistä saa ilmoitella esim. lehdissä, vähittäismyyntipaikan kotisivuilla ja kanta-asiakasviestinnässä. Alkoholista koskeva tarjoushintaillmoittelu on sallittua vain silloin, kun tarjous on yhtäjaksoisesti voimassa vähintään kahden kuukauden ajan. Jotta ilmoituksessa mainitun alkoholijuoman hinnan voimassaoloajasta ei syntyisi epäselvyyttä, markkinoinnissa on hyvä mainita hinnan voimassaoloaika.

Anniskeluravintoloiden osalta mietojen alkoholijuomien lyhytaikaisten tarjoushintaillmoitusten julkaiseminen on sallittua 1.1.2018 lähtien myös toimipaikan ulkopuolella. Väkevien alkoholijuomien markkinoinnin kieltä pysyy kuitenkin alkoholilaisissa edelleen pääsääntönä ja kieltoon säädetyt poikkeukset, kuten esimerkiksi verkkosivuilla julkaistava hinnasto sekä markkinointi itse anniskelupaikan sisätiloissa luetellaan alkoholilaisissa erikseen.

Väkeviä alkoholijuomia koskevia tarjoushintoja ei siis edelleenkään saa julkaista esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, ravintolan ikkunassa tai lehdessä.

Sallittua on markkinoida sellaisia drinkkejä, jotka on kokonaan valmistettu alle 22-prosenttista alkoholijuomista. Selkeyden vuoksi olisi hyvä mainita, että kyseessä on mieto drinkki, jos se ei muuten käy ilmi juoman nimestä.

Valmiiksi sekoitettujen mietojen pullotteiden myyminen ei ole väkevien alkoholijuomien anniskelua. Tällaisia juomia saa kuitenkin mainostaa vain, jos niiden nimeen ei sisälly väkevän alkoholijuoman tuotenimeä.

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Vähittäismyyntiketjun mainoslehtisessä mainostettiin siideriä tarjoushinnalla 2 tölkkiä yhteishintaan 5 €. Tarjous oli voimassa viikon ajan. Aluehallintovirasto katsoi, että ilmoittelussa rikottiin sekä paljousalennuskieltoa että tarjoushintaillmoittelukieltä ja antoi luvanhaltijalle varoituksen. (Pohjois-Suomen aluehallintoviraston päätös 110 99 2011 170 015)

5 Erityiskysymyksiä

5.1 Alkoholijuomien esillä pitäminen

Alkoholilain kokonaisuudistuksen yhteydessä luvanvaraiseen vähittäismyyntiin tulivat enintään 5,5 tilavuusprosenttia sisältävien tuotteiden osalta myös muut kuin käymisteitse valmistetut alkoholijuomat.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Vähittäismyyntiin tulleet juomasekoitukset voivat sisältää myös väkevää alkoholijuomaa. Hallituksen esityksen mukaan mainittujen juomien nimissä voidaan käyttää myös väkevän alkoholijuoman tuotenimeä.⁴ Väkevien alkoholijuomien markkinoinnin kieltä ei koske pelkkää kaupanpitämistä, mutta **väkevän alkoholijuoman tuotenimen sisältäviä tuotteita** ei edelleenkään saa markkinoida.

Itse myyntipaikassa näiden tuotteiden esillepanon tulee olla asiallista ja hillittyä. Juomien näkyvyydessä voidaan ottaa huomioon myös kokonaisvaikutelma kyseisen myyntipaikan myyntivolyymiin ja muun valikoiman suhteen.

Alkoholilaki ei suoraan kiellä sellaisten mietojen alkoholijuomien markkinointia, joiden nimissä esiintyy väkevän alkoholijuoman lajinimi, kuten esimerkiksi gin, rommi tai vodka. Tällaisissa tapauksissa on kuitenkin huolehdittava, että kokonaisvaikutelman tai muun markkinointitoimen johdosta menettelystä ei muodostu tietyn väkevän alkoholijuomamerkin epäsuoraa markkinointia.

Kaikkien alkoholijuomien esillepanossa tulee huolehtia, että alkoholijuomat ovat selkeästi erilleen virvoitusjuomista. Alkoholijuomat tulee sijoittaa erilleen myös makeishyllyistä sekä muista lapsien ja nuorison suosimista tuotteista.

5.2 Alkoholipitoiset 1,2 – 2,8 tilavuusprosenttia sisältävät juomat

Alkoholipitoisella aineella tarkoitetaan sellaista ainetta ja tuotetta, joka sisältää enemmän kuin 1,2 tilavuusprosenttia etyylialkoholia ja alkoholijuomalla taas tarkoitetaan juotavaksi tarkoitettua alkoholipitoista ainetta, jossa on vähintään 1,2 ja enintään 80 tilavuusprosenttia alkoholia.

Niihin tuotteisiin, jotka sisältävät 1,2 – 2,8 tilavuusprosenttia sovelletaan alkoholilain säännöksiä vain osittain.

Näitä tuotteita ei saa myydä alle 18 vuotiaille tai päihtyneille.

Myös markkinointirajoituksia sovelletaan, esimerkiksi:

- markkinointi ei saa kohdistua alaikäisiin
- markkinointi ei saa olla hyvän tavan vastaista
- markkinointi yleisellä paikalla on kielletty
- sosiaalisessa mediassa tapahtuvassa markkinoinnissa rajoituksia
- näihin juomiin liittyvät pelit ja arpajaiset on kielletty

Sekä vähittäismyynnissä että anniskelussa sovelletaan paljousalennuskieltoa sekä hintahyvityskieltoa.

Vähittäismyynnissä alkoholipitoisen juoman tarjoushinnan on oltava yhtäjaksoisesti vähintään 2 kuukautta voimassa, jotta siitä voidaan ilmoittaa vähittäismyyntipaikan ulkopuolella.

Näihin tuotteisiin, jotka sisältävät 1,2 – 2,8 tilavuusprosenttia etyylialkoholia ei sovelleta vähittäismyyntiä tai anniskelua koskevia myyntiaikarajoituksia eikä näiden tuotteiden myynti ole luvanvaraista.

⁴ Tuotenimellä tarkoitetaan nimeä, jonka osana esiintyy sekoituksessa käytettävän tietyn väkevän alkoholijuoman nimi. Lajinimi on juomatyyppin kuvaus, kuten esimerkiksi gin, vodka, rommi.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

5.3 Alkoholivalmisteet

Alkoholivalmisteella tarkoitetaan alkoholipitoista ainetta, joka ei ole alkoholi-juoma eikä väkiviina ja joka voi olla denaturoitu. Esimerkiksi etyylialkoholia sisältävät elintarvikkeet ja makeiset ovat alkoholivalmisteita. Alkoholilain 52 §:n mukaan alkoholivalmisteita ei saa myydä nauttimistarkoitukseen. Säännöstä ei kuitenkaan sovelleta elintarvikkeena tai ravintolisänä käytettävään alkoholivalmisteeseen. Kyseisten alkoholivalmisteiden myynti ja markkinointi on vapaata, mutta niiden valmistaja, maahantuoja ja myyjä eivät saa edistää tai esitellä niiden käyttöä päihtymiseen.

Kiinteää ainetta oleviin tai sitä sisältäviin alkoholivalmisteisiin sovelletaan alkoholijuomien myyntiä ja markkinointia koskevia säännöksiä, jos niiden kokonaisalkoholipitoisuus on yli 2,8 painoprosenttia. Valmisteen alkoholipitoisuus painoprosentteina katsotaan myös tilavuusprosentiksi. Tällaisten tuotteiden myynti ja anniskelu edellyttävät siis lupaa. Myyntiin sovelletaan myös esimerkiksi ikärajaa ja myyntiaikoja koskevia säännöksiä. Enintään 2,8 tilavuusprosenttia sisältäviä tuotteita, kuten esimerkiksi suklaamakeisia ja jäätelöitä saa myydä vapaasti.

5.4 Kylkiäiset ja yhdistetyt tarjoukset

Kylkiäistarjouksesta on kyse, kun ostamalla tuotteen saa samalla vastikkeetta tai alennetulla hinnalla muun kulutushyödykkeen (kylkiäisen). **Yhdistetyllä tarjouksella** tarkoitetaan tarjousta, jonka mukaan kaksi tai useampia tuotteita myydään yhteisellä hinnalla.

Kuluttajansuojalaissa ei yhdistetyiltä tarjouksilta ja kylkiäisiltä vaadita päätuotteeseen nähden asiallista yhteyttä, mutta markkinoinnilta edellytetään läpinäkyvyyttä. Tavoitteena on, että lisäedut ja alennukset eivät kilpaile keskenään. Toimiva kilpailu edellyttää, että kuluttaja saa selkeää tietoa tarjotusta tuotteesta ja siihen liittyvästä etuudesta.

Alkoholin erityisluonteesta päihteenä seuraa, että kylkiäisiä ja yhdistettyjä tarjouksia voidaan arvioida alkoholilain 50 §:n 2 momentin 7 kohdan nojalla ankarammin kuin muiden kulutushyödykkeiden markkinointia. Täten menettely, joka muiden kulutushyödykkeiden kohdalla ei ole sopimatonta, voi silti olla sopimatonta juuri alkoholijuomien kyseessä ollessa. Hyvän tavan mukainen markkinointi edellyttää alkoholijuomien tarjoamiselta asiallisuutta. Alkoholijuomien hankkimista ei siten pidä tehdä houkuttelevaksi kiinnittämällä kuluttajien huomio tuotteen kannalta epäolennaisiin lisäetuihin.

Näistä syistä alkoholijuomaostoihin liitetyiltä kylkiäisiltä tai yhdistetyiltä tarjouksilta edellytetään asiallista yhteyttä päätuotteeseen nähden. Alkoholijuomaostoon liitetyn kylkiäisen tai yhdistetyn tarjouksen on liityttävä jollain tavalla alkoholijuoman nauttimiseen, säilyttämiseen tms. Täten esim. juomalasi(t), viinipullon avaaja, viinikarahvi, dekantteri, pullon sulkija, termos pussi, viinilämpömittari tai elintarvikkeita voidaan tarjota alkoholijuoman oston yhteydessä kylkiäisenä tai yhdistettynä tarjouksena.

Alkoholiostoihin liittyvät kylkiäiset tai yhdistetyt tarjoukset eivät saa olla myöskään muiden alkoholilain 50 §:n 2 momentin kohtien vastaisia, esim. ne eivät

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

saa kohdistua lapsiin tai yhdistää alkoholia liikenteeseen. Alkoholiostojen yhteydessä kylkiäisenä tai yhdistettynä tarjouksena ei saa tarjota myöskään tupakkalain 8 §:ssä tarkoitettuja hyödykkeitä, kuten tupakkatuotteita tai tupakointivälineitä.

Jos oheistuotteella ei ole lainkaan **itsenäistä arvoa**, sitä ei voida pitää laissa tarkoitettuna hyödykkeenä. Tämän vuoksi esimerkiksi juomapullojen koristeena käytetyt muoviset eläinhahmot eivät ole kylkiäisiä. Jos oheistuotteelle kuitenkin mainonnan avulla luodaan arvoa esimerkiksi tekemällä niistä keräilykohteita, niiden käyttöä voidaan pitää kuluttajan kannalta sopimattomana. Samoin arvioidaan juomien pakkauksia, jos juomapullo esimerkiksi pakataan juh-lakautena erityisen koristeelliseen rasiaan, jolla voi olla keräilyarvoa.

Kylkiäistä ei voi luvata sattumanvaraisena etuutena esim. ”sadalle ensimmäiselle oluen ostajalle tuoppi kaupan päälle.

Vaikka oheistuotteen tarjoamisen päätuotteen rinnalla ei voitaisi sinänsä katsoa olevan kuluttajan kannalta sopimatonta markkinointia, markkinointi voi muodostua kuluttajan kannalta sopimattomaksi, jos

- oheistuotetta käytetään mainonnan pääsanomana tai sitä muutoin korostetaan mainonnassa päätuotteen sijasta,
- oheistuotetta mainostetaan ”ilmaisena” tai muuten vastikkeettomana, vaikka sen saadakseen joutuu maksamaan päätuotteesta,
- oheistuotteista muodostuu keräilyserieja (esim. viininharrastajien erityistuotteista, kuten dekanteri, viinilämpömittari jne., ei saa muodostua tietyn tuotemerkin ostoista saatavaa keräilyseriejaa.
- alkoholijuoman ostajalle T-paita, rintamerkki tms. esine, joka ei ole tarpeellinen juoman nauttimisessa. Tarjousta ei tee sallituksi se, että esine on varustettu kyseisen juoman tunnuksella.
- alkoholijuoman etikettien, korkkien tai muun pakkauksen osan kerääjälle myöhemmin annettava esine, palkinto tai muu etu

Vakiintuneessa ratkaisukäytännössä on katsottu, että anniskeluravintolan tarjous, jossa ruoka-annos ja mieto alkoholiannos myydään yhteishinnalla, on sallittu alla mainituin edellytyksin:

- valittavana on myös alkoholiton vaihtoehto.
- juomaa ei saa mainostaa ilmaisena tai kaupan päälle tulevana, juoma ei ole ”ilmainen”, koska asiakas maksaa siitä yhteishinnan.
- alkoholijuoma ei saa olla tarjouksen ilmoittelussa pääsanomana.

Viranomaiskäytännössä on pidetty sallittuna:

- sisällyttää pääsylipun hintaan yksi annos samalla käyntikerralla tarjottavaa mietoa alkoholijuomaa. Samalla on kerrottava, että valittavana on myös alkoholiton vaihtoehto. Juomaa ei saa mainostaa ”ilmaisena”, koska asiakas maksaa siitä pääsylipun hinnassa.
- sisällyttää anniskelupaikassa järjestettävän tilaisuuden tai tapahtuman yhteydessä ravintolan myymän ohjelmalipun hintaan mieto alkoholijuoma-annos mahdollisena tervetuliaisjuomana sekä aterijuomina rajattu, koh-tuullinen määrä mietoja alkoholijuomia. Tarjolla tulee olla myös alkoholiton vaihtoehto.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Markkinoitaessa esimerkiksi ravintolan ruokaa, alkoholijuomaa ja ohjelmapalveluja sisältäviä paketteja, tulee ottaa huomioon, ettei kukaan muu kuin luvanhaltija saa myydä näitä paketteja. Ravintolan ja kuluttajan välissä ei siis saa olla muuta tahoja, joka ostaa alkoholia sisältävän paketin ravintolalta ja myy sen edelleen kuluttajille, koska alkoholijuoman vastikkeellinen välittäminen on rikoslaissa säädetty rangaistavaksi.

Alkoholilain 51.1 § kieltää kahden tai useamman alkoholijuomapakkausten tai -annoksen tarjoamisen alennettuun yhteishintaan vähittäismyynnissä ja anniskelussa. Kahta tai useampaa alkoholijuomapakkausta ei saa tarjota paljousalennuksella eli yhteiseen hintaan siten, että erikseen ostettuna samojen hyödykkeiden yksikköhinta on kalliimpi. Toisin sanoen, alkoholijuoman hinta yksittäin myytynä ei saa olla korkeampi kuin yksittäisen juoman hinta on monipakkauksessa tai yhdessä myytynä.

Käytännössä säännös johtaa siihen, että kahden tai useamman alkoholijuomapakkausten sekä jonkun muun tuotteen sisältävässä yhdistetyssä tarjouksessa alkoholijuoma on hinnoiteltava normaalihintaan.

On myös syytä huomioida, että kuluttajasuojalain 12 §:n mukaan yhteisellä hinnalla tarjottavista hyödykkeistä on ilmoitettava hyödykkeiden erilliset hinnat, jollei hyödykkeiden hinta erikseen hankittuna ole pienempi kuin 10 euroa.

5.5 Alkoholimainonta ja urheilu

Erityisesti nuorisoinen tuntemien ja ihailmien **aktiivisessa urheilutoiminnassa tai nuorisotoiminnassa mukana olevien** tähtipelaajien ja huippu-urheilijoiden käyttäminen alkoholimainoksissa voidaan katsoa alaikäisiin kohdistuvaksi mainonnaksi.

Urheilukilpailuissa voi olla esillä miedon alkoholijuoman tunnuksia esimerkiksi käsiohjelmissa, kilpailualueella, kilpailijoiden asuissa ja urheiluvälineissä. Tunnuksia ei kuitenkaan saa olla alle 18-vuotiaiden urheilijoiden asusteissa eikä urheilukilpailuissa, joissa valtaosa osallistujista tai katsojista on alaikäisiä.

Urheilujoukkueen, esimerkiksi paikallisen jääkiekkoujoukkueen, ja sen logon käyttämisestä alkoholijuoman mainonnassa ei voida sinänsä pitää sopimattomana. Jos kuitenkin joukkueen logossa on lapsia ja nuoria kiinnostava muoto, kuten sarjakuva-, piirros- tai satuhahmo, joka on esitetty mainonnassa erityisesti lapsiin vetoavalla tavalla, voi tällaisen joukkueen logon esittäminen alkoholijuoman mainonnassa ja alkoholijuomapullojen etiketeissä muodostua kielletyksi. Näin voi käydä etenkin silloin, jos mainonnassa esiintyy myös muita lapsiin kohdistuvia elementtejä.

Viranomaisen ei ole puuttunut auto-, vene- tai muussa moottoriurheilussa miesten alkoholijuoman tunnuksien näkymiseen ajoneuvojen pinnalla ja kuljettajien asusteissa. Kuljettajat tai ajoneuvot eivät kuitenkaan saa esiintyä alkoholijuoman mainostajina yleisellä paikalla kilpailualueen ulkopuolella. Kilpailua ei saa nimetä alkoholijuoman mukaan. Alkoholijuomamainonnassa ei saa esittää moottoriurheilun kilpailutilanteita tai mainoslauseita, jotka viittaavat alkoholin nauttimiseen kilpailun yhteydessä.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Viinipullon etiketin teksti, jossa yhdistettiin selvästi urheilu ja viinin juonti sekä kehoitettiin nauttimaan juomaa urheilun jälkeen, katsottiin hyvän tavan vastaiseksi (Kirje 1534/13.08.00.02/2012).

5.6 Alkoholijuoman käyttäminen muun hyödykkeen oheistuotteena

Jos alkoholijuomia käytetään muiden tuotteiden myynninedistämässä, on otettava huomioon, että alkoholin myyntiä kulutukseen saavat Suomessa harjoittaa ainoastaan Alko Oy sekä alkoholijuomien vähittäismyynti- ja anniskeluluvan haltijat.

Alkoholin myyntiä koskevia säännöksiä sovelletaan myös alkoholipitoisen aineen vastiketta vastaan tapahtuvaan sekä muun hyödykkeen tai palvelun yhteydessä markkinoituun alkoholipitoisen aineen välittämiseen ja luovuttamiseen.

Alkoholilain monopoli- ja lupajärjestelmän vastaisena vastikkeellisena alkoholijuoman luovuttamisena pidetään alkoholijuoman antamista, jos se edellyttää muun tuotteen ostamista tai muuta vastiketta, sekä muuta siihen rinnastettavaa toimintaa, silloin kun toiminnan harjoittajalla ei ole asianmukaista anniskelu- tai vähittäismyyntilupaa. Toiminta on kiellettyä riippumatta siitä, kohdistuuko tarjous yrityksiin vai yksittäisiin kuluttajiin.

Esimerkkejä kiellettyinä pidettävästä toiminnasta:

- rautakauppa tarjoaa kaasugrillin ostajalle kaupan päälle olutkorin
- tietotekniikka-alan yritys tarjoaa laitteiden ostajalle kaupan päälle kuohuviinipullon
- kirjapaino tarjoaa yritysasiakkailleen viinipullon postikulujen hinnalla
- keittiökalustekauppias antaa kaappien ostajalle etuseteleitä, joilla tämä saa viereisestä ravintolasta maksutta alkoholijuoman

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Sähköalan yritys antoi asiakkailleen tarvikkeiden tilauksesta Alkon lahjakortin kaupan päälle. Sähköalan tarvikkeiden oheistuotteena katsottiin olevan lähinnä mietoja ja väkeviä alkoholijuomia Alkon lahjakortin muodossa. Lahjakortin saaminen edellytti muiden tuotteiden ostamista; menettely oli siten alkoholijuoman vastikkeellista luovuttamista ilman alkoholilain mukaista lupaa. (Kirje 8999/13.08.02.01/2013)

Laivayhtiö mainosti risteilylipun hintaan sisältyvän olutlaatikon. Valvira katsoi, että alkoholijuoman saamista oli mainoksissa käytetty pääsanomana ja mainontaa oli siten pidettävä hyvän tavan vastaisena. Mainonnassa rikottiin myös alkoholilain 33 a.2 §:n tarjoushintailmoittelusäännöstä. (Kirje 3028/13.08.02.01/2012)

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

5.7 Maistiaiset

Alkoholijuomien maistiaisten järjestämistä rajoittavat alkoholilain säännösten mukaan paikka, jossa maistiaiset järjestetään, ja kohderyhmä, jolle maistiaisia tarjotaan.

Paikka

Maistiaisia ei voida järjestää paikoissa, joissa alkoholilain 85 §:n nauttimiskielto estävät alkoholijuomien nauttimisen. Nauttimiskieltoa on perusteltu mm. hyvien tapojen ja yleisen järjestyksen säilymisellä sekä sillä, että tarkoituksena on estää alkoholitarjoilun käyttäminen ostajien houkuttimena kaupankäynnissä.

Maistiaisia ei siten voida järjestää:

- ravitsemisliikkeessä⁵
- muussa paikassa, jossa yleisölle maksusta pidetään saatavana ruokaa tai virvokkeita
- kokoontumislaisissa tarkoitetussa yleisötilaisuudessa.

Alkoholilain 35 §:ssä säädetään nauttimiskielto vähittäismyyntiluvan haltijan hallitsemalle sisä – tai ulkoalueelle ja tämän välittämään läheisyyteen. Vastavasti 36 §:ssä todetaan, että anniskelualueella tulee nauttia vain anniskeluluvan haltijan **myymää** alkoholijuomaa.

Poliisilla on myös oikeus kieltää alkoholijuomien nauttiminen yleisellä paikalla, jos yleisen järjestyksen ylläpitäminen sitä edellyttää.

Alkoholijuoman erityisluonne huomioon ottaen voidaan katsoa, että alkoholijuomien maistiaisten järjestäminen myös muissa tiloissa ja paikoissa, jonne yleisö vapaasti pääsee, on hyvän tavan vastaista myynninedistämistä. Maistiaisia ei saa järjestää esimerkiksi torilla, yleisellä uimarannalla, kauppakeskuksessa tai kauppaliikkeen edustalla.

Kohderyhmä

Väkevien alkoholijuomien ilmaisia maistiaisia ei saa lainkaan järjestää kuluttajille anniskelupaikassa eikä muissa tiloissa. Maistiaisten kieltoa ei voida kiertää myöskään perimällä maistiaisannoksista vain nimellinen maksu.

Tislaamon/väkevän alkoholijuoman valmistuspaikan toimintaa esittelevien tutustumiskierrosten yhteydessä on mahdollista järjestää maistelutilaisuus vain siinä tapauksessa, että paikan yhteydessä toimii anniskelupaikka, jolla on oikeus myydä väkeviä juomia.

Mietojen alkoholijuomien myynninedistämistä järjestämällä ilmaisia maistiaisia kuluttajille pidetään yleensä hyvän tavan vastaisena ja sopimattomana menettelyä. Toisin sanoen esimerkiksi alkoholijuomien valmistaja, maahantuoja tai

⁵ Ravitsemisliikkeellä tarkoitetaan elintarvikehuoneistoa, jossa harjoitetaan ammattimaisesti tapahtuvaa ruoan tai juoman tarjoamista yleisölle nautittavaksi.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

myyjä ei voi järjestää maistiaistilaisuutta, johon kutsuttaisiin vapaasti ennalta valikoimatonta yleisöä.

Alkoholijuoman valmistaja tai tukkumyyjä voi tarjota miedoista alkoholijuomista maistiaisia etukäteen sovitulle ryhmälle toimintansa tai tuotantotilojensa esittelyn yhteydessä tuote-esittelytiloissaan.

Alkoholijuomien myyntiin osallistuville saa antaa alkoholijuomista tuotetietoja järjestämällä heille maistiaisia tiloissa, joihin ei kohdistu nauttimiskieltoja. Maistiaiset voidaan järjestää myös anniskelupaikassa (esimerkiksi asiakastilaisuutena ravintolan kabinetissa), mutta tällöin maisteltavien juomien on oltava kyseisen anniskeluluvanhaltijan anniskelemia.

Alkoholijuomien tukkumyymälöillä on usein myös vähittäismyyntilupa, koska tukkujen kaikki asiakkaat eivät ole alkoholin myyntiin osallistuvia. Nauttimiskielto- ja -sääntöjen vuoksi alkoholijuoman maistiaisia ei voida järjestää tukkuliikkeen tiloissa, joissa harjoitetaan myös alkoholijuomien vähittäismyyntiä tai niiden välittömässä läheisyydessä.

5.8 Liikelahjapakkaukset

Alkoholilain monopolijärjestelmä estää alkoholijuomien myynnin muilta kuin alkoholijuomien vähittäismyynti-, anniskelu- tai tukkumyyntiluvan haltijoilta. Myös alkoholijuoman välittäminen palkkiota vastaan on kielletty. Alkoholijuomien vähittäismyyntiä yrityksille liikelahjoiksi saavat harjoittaa vain Alko Oy ja ns. tilaviinimyymälät, sekä enintään 5,5 prosenttisten alkoholijuomien osalta niiden vähittäismyynti- tai anniskeluluvanhaltijat.

Tarjottaessa liikelahjoiksi tuotteita, joissa on pakattuna yhteen alkoholijuoma ja muita tuotteita, liikelahjayrityksen on edellytettävä, että asiakas hankkii itse alkoholijuoman luvallisesta vähittäismyynnistä. Liikelahjayritys toimii vain juoman pakkaajana. Asiakas voi myös käyttää liikelahjayritystä asiamiehenään alkoholijuoman noutamiseksi vähittäismyymälästä, mutta alkoholiostot on laskutuksessa pidettävä erillään muista tuotteista perittävästä hinnasta. Juoman noutamisesta ei saa periä maksua. Selkeintä on, että Alko Oy tai muu myyjä laskuttaa alkoholijuomista suoraan asiakasyritystä.

Mainonnassa ei saa antaa sellaista kuvaa, että liikelahjayritys myisi alkoholijuomia. Jos mainoskuvissa tai tekstissä esitellään alkoholijuomia, on samalla kerrottava selkeästi, että juomat hankitaan erikseen. Alkoholijuomia ei voida sisällyttää lahjapakkauksille ilmoitettuihin hintoihin. Miedoista alkoholijuomista voidaan kuitenkin esittää myyntihinta vähittäismyymälässä ja esimerkkejä yhteishinnasta muun pakkauksen kanssa.

Väkevien alkoholijuomien tuotenimien tai tunnuksien esittäminen on kielletty. Mainonnassa voidaan kuitenkin tehdä ehdotuksia liikelahjapaketin sisällöstä käyttäen juomien lajinimiä, kuten ”kahvilajitelma ja asiakkaan valitsema konjakki-pullo”, ”saunasetti ja viinapullo asiakkaan valinnan mukaan” jne. Kuvituksessa ei saa esiintyä väkevien alkoholijuomien pulloja tai tunnuksia niin, että ne ovat tunnistettavissa. Alkoholilain hinnastoa koskevat poikkeukset väkevien mainontakieltoon koskevat ainoastaan luvanhaltijoita.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Valviran näkemyksen mukaan liikelahjoja myyvän yrityksen sivuilla esiintyi viittauksia väkevien alkoholijuomien tuotemerkkeihin sekä niiden tunnistettavia kuvia. Valvira ohjasi yritystä myös kertomaan selkeämmin, miten lahjapak-kaukseen kuuluvat juomat tulee hankkia. (Ohje 752/99/002/2010)

5.9 Alkoholijuomien markkinointi tax free -myymälöissä

Alkoholijuomien myynnistä verottomien tavaroiden myymälässä sekä Suomen ja ulkomaiden välillä kulkevilla liikennevälineillä on Suomen lainsäädännössä annettu erityissäännöksiä. Tämä ei kuitenkaan merkitse sitä, että nämä alueet olisivat Suomen lainsäädännön ulkopuolella.

Suomen alueella sijaitsevat verovapaat myymälät ovat Suomen lainsäädännön alaisia. Laivoilla noudatetaan YK:n merioikeusyleissopimuksen mukaan ns. lippumaan lakia, eli alus kuuluu sen valtion yksinomaiseen lainkäyttövaltaan, jossa se on rekisteröity.

Ahvenanmaan lipun alle rekisteröidyillä aluksilla noudatetaan Ahvenanmaan maakunnan lainsäädäntöä siltä osin, kuin sitä on voitu itsehallintolain perusteella antaa. Itsehallintolaissa Ahvenanmaan maakunnalle on siirretty lain-säädäntövalta asioissa, jotka koskevat lupaa alkoholijuomien anniskeluun. Maakunnalle ei ole annettu itsehallintolaissa lainsäädäntövaltaa alkoholijuomien mainonnan osalta, joten Suomen alkoholilain markkinointia koskevat säännökset ovat voimassa Ahvenanmaalla ja ahvenanmaalaisilla aluksilla.

Alkoholijuomien myynnistä verottomien tavaroiden myymälässä annetut erityissäännökset merkitsevät poikkeusta alkoholilain monopoli- ja lupajärjestelmään sekä valmisteverotusjärjestelmään. Alkoholijuomien markkinointia koskevat säännökset ovat voimassa siellä, missä Suomen lainsäädäntöä sovelletaan. Mietojen alkoholijuomien markkinointi on kuitenkin alkoholilain 50.4 § 2 kohdan nojalla sallittua kansainväliseen liikenteeseen käytettävässä aluksessa yleisten paikkojen mainontakiellon estämättä (yleisten paikkojen mainontakiellosta katso tarkemmin luvusta 2.8).

Satamien ja lentokenttien niillä alueilla, jota eivät ole alkoholijuomien vähittäismyymälöitä eivätkä anniskelualueita, alkoholijuomien markkinointi on alkoholilain mukaisesti kielletty. Väkevien alkoholijuomien markkinointi on kielletty myös verovapaiden myymälöiden Suomessa julkaistavissa lehti-ilmoituksissa ja televisiomainonnassa sekä kuluttajille kotiin lähetettävässä aineistossa.

Väkevien alkoholijuomien vähittäismyyntipaikassa voi olla yleisön saatavana hinnasto, jossa myynnissä olevat alkoholijuomat (sekä miedot että väkevät) esitellään yhdenmukaisella tavalla. Hinnasto voi olla painettu ja se voidaan esittää sähköisessä muodossa tietoverkossa. Painettu hinnasto voi olla yleisön saatavilla ainoastaan väkevien alkoholijuomien vähittäismyyntipaikassa. Internetissä hinnasto voidaan julkaista vain vähittäismyyjän omilla internetsivuilla. Painettua tai sähköisessä muodossa olevaa hinnastoa ei voi lähettää asiakkaalle.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Väkevien alkoholijuomien mainontakiellosta seuraa, että asiakkaille mukaan vietäväksi tarkoitettu samoin kuin tietoverkossa julkaistussa hinnastossa kaikki saatavilla olevat alkoholijuomat on esitettävä hillitysti ja keskenään yhdenmukaisella tavalla. Tämä tarkoittaa, ettei yksittäistä juomaa saa korostaa fontein, värein tai esimerkiksi asettelullisin keinoin.

Hinnastossa voidaan esittää alkoholijuomien asialliset tuotetiedot kuten alkoholijuoman nimi, valmistajan nimi, pakkauskoke, hinta sekä valmistusmaan tai muun juoman alkuperää kuvaavan alueen nimi. Lisäksi hinnastossa on mahdollista esittää alkoholijuomapullon tai -pakkauksen hillitty kuva.

Hinnasto voi lisäksi sisältää sellaisia puhtaasti informatiivisia alkoholijuomien tuoteryhmäkuvauksia, jotka eivät sisällä mainonnallisia elementtejä. Tuoteryhmäkuvauksella tarkoitetaan esimerkiksi tiettyyn tuoteryhmään kuuluvien alkoholijuomien valmistusaineiden ja -tapojen, makuominaisuuksien sekä käyttötapojen esittelyä. Myös tällaisten tuoteryhmäkuvausten on koskettava tasapuolisesti kaikkia alkoholijuomaryhmiä.

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Väkevien alkoholijuomien hintatarjoukset laivayhtiön kanta-asiakkaille kotiin lähetettävässä asiakaslehdessä katsottiin kielletyksi mainonnaksi. (Kieltopäätös 872/99/002/2011)

5.10 Alkoholijuomien markkinointi ulkomaisessa julkaisu- ja ohjelmatoiminnassa (AlkoL 50.5 §) sekä internetissä

Alkoholilain 50 §:n 5 momentissa säädetään alkoholimainonnan rajoitusten alueellisesta soveltamisesta. Sen mukaan väkevien ja mietojen alkoholijuomien mainontaa koskevia rajoituksia ei sovelleta julkaisu- ja ohjelmatoimintaan, jota muu kuin Suomeen sijoittautunut elinkeinonharjoittaja harjoittaa ulkomailta ja joka on tarkoitettu vastaanotettavaksi yksinomaan muualla kuin Suomessa tai samansisältöisenä vastaanottajan maasta riippumatta.

Säännös merkitsee esimerkiksi sitä, että ulkomaalaisen toimijan ulkomaalaisessa aikakauslehdessä tai internetsivuilla kyseisen maan kuluttajille julkaistua alkoholimainontaa ei tutkita Suomen alkoholilain perusteella, vaikka lehti tai verkkosivu olisi Suomessa luettavissa. Vastaavasti esimerkiksi koko pohjoisella pallonpuoliskolla näkyvissä olevan satelliittikanavan alkoholimainontaa ei valvota Suomen alkoholilain mukaisesti.

Alkoholimainontaa koskevia säännöksiä sovelletaan kuitenkin ulkomailta harjoitettuun Suomessa markkinoilla olevien alkoholijuomien mainontaan, joka on tarkoitettu vastaanotettavaksi erityisesti Suomessa. Siten mainontasäännöksiä ei voida kiertää harjoittamalla alkoholilain vastaista mainontaa suomalaisille kuluttajille ulkomailta käsin. Alkoholilain 68 §:n mukainen kieltopäätös voidaan kohdistaa markkinointitoimen tilaajaan, toimeenpanijaan tai näiden palveluksessa olevaan. Kieltopäätös voidaan siis osoittaa esimerkiksi suomalaiselle alkoholijuomien maahantuojalle, joka mainostaa väkevää alkoholijuomaa suomalaisille kuluttajille ulkomailta olevalla verkkosivulla tai ulkomailta lähetettävässä ohjelmassa.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Alkoholijuomien markkinointi internetissä

Suomen alkoholilain säännökset ovat pääsääntöisesti niin sanotusti media- eli viestintävälينهeneutraaleja. Näin ollen internetissä ja sosiaalisen median yhteisöpalveluissa julkaistuun myynninedistämistoimintaan sovelletaan lähtökohtaisesti samoja säännöksiä kuin perinteisiä välineitä (televisio, radio, sanoma- ja aikakausi-lehdet) käyttäen julkaistuun aineistoon. Sama koskee myös sähköpostitse sekä erilaisia mobiilipalveluja ja -sovelluksia hyväksikäyttäen toteutettua mainontaa. Tiedyt rajoitukset koskevat kuitenkin pelkästään tietoverkossa toteutettua mainontaa. Näitä rajoituksia on käsitelty edellä luvussa 2.11.

Suomessa tosiasiallisesti toimivan, täällä pysyvässä sijoittautumispaikassa tosiasiallisesti taloudellista toimintaa harjoittavan toimijan **on noudatettava Suomen lainsäädäntöä** internetissä toteutetun mainonnan ja markkinoinnin osalta (tietoyhteiskuntakaari 917/2014/9). Sijoittautumisvaltion määräytymisessä merkitystä ei esimerkiksi ole sillä, missä valtiossa yhtiö on rekisteröity, millä kielellä www-sivut ovat, missä sivuja ylläpitävä palvelin sijaitsee tai minkälaista verkkotunnusta käytetään. Verkkotunnuksesta ei voi päätellä sijoittautumisvaltiota siinäkään tapauksessa, että kyseessä olisi maatunnus. Jos elinkeinonharjoittaja on sijoittautunut useampaan ETA-valtioon, ratkaisevaa on, missä valtiossa kyseiseen palveluun liittyvä keskus sijaitsee.

Alkuperämaaperiaatteen mukaan merkitystä ei lähtökohtaisesti ole sillä, kohdistuuko internetissä toteutettu alkoholijuomien mainonta Suomessa asuviin henkilöihin vai ei. Suomeen sijoittautuneiden elinkeinonharjoittajien on noudatettava alkoholilain markkinointisäännöksiä myös silloin, kun markkinointi kohdistuu yksinomaan tai pääasiassa toiseen ETA-valtioon. Alkuperämaaperiaatteesta huolimatta ulkomailta Suomeen kohdistettuun internetmainontaan voidaan puuttua alkoholilain nojalla esim. silloin, jos markkinointitarkoituksena on kansallisten kansanterveyttä suojelevien säännösten kiertäminen.

Arvioitaessa kohdistuuko ulkomailta harjoitettu markkinointi erityisesti Suomeen, on otettava huomioon paitsi lähettäjän käyttämän palvelimen sijaintimaa, myös mainoksesta saatava kokonaisvaikutelma, esim. suomen kielen käyttäminen tai Suomen olojen huomioon ottaminen. Koska Suomessa osataan yleisesti hyvin englantia, englanninkielisyys ei välttämättä tee mainoksesta muualle kuin Suomeen suunnattua. Merkitystä on myös sillä, viitataan sivujen osoitteeseen Suomessa toteutetussa muussa mediamainonnassa. Esimerkiksi alkoholilain 68 §:n mukainen kieltopäätös voidaan kohdistaa suomalaiseseen alkoholijuomien valmistajaan, joka mainostaa väkeviä alkoholijuomia suomalaisille kuluttajille ulkomaisella verkkosivulla.

On myös tavallista, että linkkien avulla tehdään muiden julkaisemista internet-sivuista osa omaa aineistokokonaisuutta: jos esimerkiksi suomalaisen alkoholijuomien maahantuojan verkkosivulla on linkki ulkomaisen valmistajan väkeviä alkoholijuomia mainostavalle sivulle, sillä oleva aineisto voidaan katsoa osaksi maahantuojan mainontaa ja siihen voidaan puuttua.

Suomeen sijoittautuneelle elinkeinonharjoittajalle on siis **kiellettyä** julkaista internetissä esimerkiksi

- väkevien alkoholijuomien mainoksia
- alkoholijuomia mainostaville sivuille sijoitettuja linkkejä, jotka johtavat ulkomaisilla palvelimilla oleville väkeviä alkoholijuomia mainostaville sivuille

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

- mietojen alkoholijuomien mainoksia, joissa käytetään alkoholilain 50.2 §:ssä kiellettyjä markkinointikeinoja (katso tarkemmin luvusta 2)

Medianeutraalista arviointitavasta seuraava-nyrkkisääntö mainonnan suunnittelijalle on, että mitään sellaista aineistoa ei ole sallittua asettaa yleisön nähtävälle internetissä, jota ei voitaisi julkaista myös valtakunnallisen päivälehdessä etusivulla (pois lukien hinnastopoikkeukset).

Internetissä on myös useita yksityishenkilöiden tai tiedotusvälineiden julkaisemia sivuja, joilla annetaan tietoja väkevästä alkoholijuomista. Tällaiset sivut kuuluvat lähtökohtaisesti perustuslain turvaaman sananvapauden piiriin. Tällaisten sivujen julkaiseminen katsotaan kuitenkin kielletyksi, jos niitä on valmisteltu yhteistyössä väkevien alkoholijuomien valmistajan, maahantuojan tai myyjän kanssa niin, että kyseessä on samalla alkoholijuomien esittely mainonta- tai myynninedistämistarkoituksessa.

Alkoholijuomien myyntiin osallistuvilla on sallittua antaa väkeviä alkoholijuomia koskevia tuotetietoja. Tällaisia tietoja saa antaa myös internetsivuilla, jos sivujen julkaisija pystyy varmistamaan esimerkiksi käyttäjätunnusten ja salasanojen avulla, että sivuille pääsevät ainoastaan sellaiset henkilöt, jotka ammatikseen myyvät alkoholijuomia (katso tarkemmin luvusta 1.6).

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Facebook-yhteisöpalvelussa sijaitseva väkevälle alkoholijuomalle perustettu suomenkielinen sivu, joka sisälsi mainonnallista aineistoa. Sivujen ylläpitäjä oli Suomeen sijoittautunut tukkumyyntiluvan haltija. Yhtiö oli rikkonut väkevän alkoholijuoman mainontakieltoa ja sitä kiellettiin jatkamasta sivun julkaisemista. (Kieltopäätös 5823/13.08.00.02/2012)

6 Alkoholijuomien markkinoinnin valvonta (AlkoL 68 - 70 §:t)

6.1 Toimivalta ja seuraamukset

Alkoholijuomien markkinoinnin valvonta kuuluu ensisijaisesti kullekin aluehallintovirastolle toimialueellaan. Aluehallintovirastojen toimialuejaot ja yhteystiedot löytyvät osoitteesta www.avi.fi. Valvira valvoo koko maan laajuista eli useamman kuin yhden aluehallintoviraston alueella tapahtuvaa tai valtakunnallisesti toteutettua alkoholijuomien markkinointia.

Alkoholilain 68–70 §:ssä säädetään markkinointirikkomusten seuraamuksista. Sanktiot voidaan kohdistaa sekä markkinoinnin **tilaajaan** että **toimeenpanijaan** sekä näiden palveluksessa olevaan.

Havaitessaan alkoholilain säännösten tai määräysten vastaista toimintaa tai epäkohtia Valviran tai aluehallintovirasto voi antaa vapaamuotoista ohjausta toiminnan korjaamiseksi.

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Jos ohjaus ei riitä lainvastaisen toiminnan lopettamiseksi, voi Valvira tai aluehallintovirasto kieltää markkinointitoimen tilaajaa tai toimeenpanijaa sekä näiden palveluksessa olevaa jatkamasta tai toistamasta säännösten vastaista toimintaa.

Alkoholilain 30 §:n mukaan alkoholijuoman valmistaja ja maahantuojat vastavat kulutukseen luovuttamansa alkoholijuoman laadusta ja koostumuksesta sekä siitä, että tuote ja sen päällysmarkkinat ja muu esittely ovat siitä annettujen säännösten ja määräysten mukaisia. Valvira valvoo tämän vastuun toteutumista. Valvira voi 68 §:n momentin nojalla kieltää alkoholijuoman luovuttamisen markkinoille tai korvauksetta velvoittaa poistamaan alkoholijuoma markkinoilta, jos tuote tai sen esittely ovat siitä annettujen säännösten ja määräysten vastaisia tai jos juoman laatua tai siitä mahdollisesti aiheutuvia terveydellisiä haittoja ja vaaroja ei ole asianmukaisesti valvottu tai jos kieltä on muutoin perusteltu ihmisten terveyden suojelemiseksi.

Jos lainvastaisen menettelyn jatkaminen tai toistaminen on sen laajuuden tai merkityksen takia tarpeen kiireellisesti estää, Valvira voi ennen asian lopullista ratkaisemista antaa asiassa väliaikaisen kiellon. Väliaikainen kieltä tulee voimaan heti ja se voidaan peruuttaa ennen asian lopullista ratkaisemista. Myös aluehallintovirasto voi edellä mainituin edellytyksin väliaikaisesti kieltää markkinointitoimen ennen asian lopullista ratkaisemista.

Valvontaviranomaiset voivat myös kieltää luvanhaltijaa jatkamasta elinkeinotoimintaa siltä osin kuin se on olennaisesti 4 §:ssä tarkoitetun hyvän tavon vastaista eikä kyseistä toimintaa ole korjattu tai lopetettu kohtuullisessa määräajassa viranomaisen kehotuksesta huolimatta.

Valvontaviranomaiset voivat markkinointitoimeen koskevasta kiellosta päättäessään tai väliaikaista kieltä määrätessään velvoittaa kiellon saaneen suorittamaan asetetussa määräajassa ja määrättyllä tavalla oikaisutoimen, jos sitä on pidettävä tarpeellisenä ottaen huomioon säännösten vastaisesta menettelystä aiheutuneet ilmeiset haitat.

Oikaisun kohteena voi olla esimerkiksi kuluttajille jaettu lainvastainen markkinointimateriaali tai markkinoinnissa annetut virheelliset tiedot.

Valvira ja aluehallintovirasto voivat tehostaa alkoholilain säännösten perusteella antamaansa kieltä tai määräämäänsä oikaisua **uhkasakolla** tai uhalla, että asetetun määräajan jälkeen tekemättä jätetty toimenpide teetetään laiminlyöjän kustannuksella. Uhkasakon tuomitsee ja teettämisuhan täytäntöönpanosta päättää uhkasakon tai teettämisuhan asettajan hakemuksesta markkinaoikeus.

Valviran tai aluehallintoviraston antamaan kieltopäätökseen, väliaikaiseen kieltöön, uhkasakoon tai teettämisuhkaan ei saa hakea muutosta valittamalla, mutta asia voidaan saattaa hakemuksesta markkinaoikeuden käsiteltäväksi 30 päivän kuluessa päätöksen tai määräyksen tiedoksisaamisesta. Valviran tai aluehallintoviraston päätöstä on noudatettava muutoksenhausta huolimatta, jollei muutoksenhakuviranomainen toisin määrää.

Alkoholilain vastaisesta mainonnasta on myös säädetty rikosoikeudellisia rangaistusseuraamuksia. Joka tahallaan markkinoi mietoa alkoholijuomaa- 50 ja

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

51 §: ien vastaisesti, voidaan tuomita **alkoholirikkomuksesta** sakkoon ([AlkoL 90.3 §:n](#) 4 kohta). Joka markkinoi alkoholilain vastaisesti väkevää alkoholijuomaa, kohdistaa alaikäisiin miedon alkoholijuoman markkinointia, liittyy sen alaikäisiin kohdistuvaan muun tuotteen tai palvelun markkinointiin tai kuva miedon alkoholijuoman markkinoinnissa alaikäistä, voidaan tuomita **alkoholijuoman markkinointirikoksesta** sakkoon tai vankeuteen enintään kuudeksi kuukaudeksi ([rikoslain 30 luvun](#) 1 a §).

6.2 Mainoksen julkaisijan vastuu

Alkoholilain 68 §:n mukainen mainonnan kieltopäätös voidaan kohdistaa markkinointi- tai myynninedistämistoimen tilaajan lisäksi myös sen **toimeenpanijaan** sekä näiden palveluksessa olevaan. Tilaajalla tarkoitetaan yleensä sitä yhtiötä, jonka hyväksi mainonta tapahtuu. Toimeenpanijana mainonnasta vastuussa voi olla esimerkiksi mainoksen suunnitellut mainostoimisto tai sen julkaiseen tiedotusvälineen kustantaja tai omistaja.

Kielto voidaan kohdistaa myös mainontaa tilaavan tai toimeenpanevan yrityksen palveluksessa olevaan henkilökohtaisesti. Näin voidaan toimia esimerkiksi, jos olosuhteista voidaan päätellä vaarana olevan, että kieltoa kierretään jatkamalla kiellettyä toimintaa uuden yhtiön tai muun oikeushenkilön nimissä.

Kaupallinen viestintä kuuluu [perustuslain 12 §:n](#) sananvapaussäännöksen soveltamisalaan, mutta sen ei ole katsottu kuuluvan sananvapauden ydinalueelle. Sananvapauden lisäksi mainonnan sääntely liittyy myös [perustuslain 18 §:ssä](#) turvattuun elinkeinovapauteen. Perustuslakivaliokunta on käytännössä johdonmukaisesti katsonut kansanterveyden edistämisen ja lasten suojelun oikeuttavan varsin pitkällekin meneviä perusoikeusrajoituksia erityisiä haittariskejä omaavien elinkeinotoimintojen markkinoinnille. Markkinaoikeus on luvuisissa ratkaisuissaan vahvistanut tämän linjauksen.

Valvontaviranomaisen harkittavissa on, kohdistetaanko kieltopäätös mainonnan tilaajaan, toimeenpanijaan vai molempiin. Kiireellisissä tapauksissa laajamittainen, käynnissä oleva mainoskampanja on usein tehokkainta keskeyttää kohdistamalla kielto myös mainoksen julkaiseeseen tiedotusvälineeseen.

Kieltopäätöksen tehosteeksi asetettava uhkasakko voidaan mitoitaa kullekin osapuolelle erikseen siten, että se on suhteessa hänen maksukykyynsä ja muihin asiaan vaikuttaviin seikkoihin.

Jos mainos joudutaan viranomaisen päätöksen vuoksi keskeyttämään tai poistamaan kesken tilaajan kanssa sovitun ajanjakson, tilaajalla ei yleensä ole oikeutta vaatia mainoksen julkaisijalta sopimusrikkomuksen perustella vahingonkorvausta, koska toimeksianto itsessään on ollut lainvastainen. Siinä tapauksessa, että mainonnan julkaisija on itsenäisesti vastannut myös sen suunnittelusta, se voi olla tilaajalle vastuussa mainoksen sisällön lainmukaisuudesta. Tämä ei kuitenkaan poista tilaajan vastuuta sen nimellä toteutetusta mainonnasta

Dnro V/5394/2018

20.2.2018

Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Televisioyhtiöitä kiellettiin esittämästä tv-mainosta, jossa luotiin mielikuva miehen alkoholijuoman tuottamasta sosiaalisesta tai seksuaalisesta menestyksestä ja käytettiin naista hyvän tavan vastaisesti katseenvangitsijana häntä loukkaavalla tavalla. (Markkinatuomioistuimen päätökset 1996:16 ja 1996:17)

Lisätietoja Ylitarkastaja Marianna Vasara, puh. 0295 209 622,
marianna.vasara@valvira.fi.

Johtaja *Jussi Holmalahti*
Jussi Holmalahti

Ylitarkastaja *Marianna Vasara*
Marianna Vasara

Jakelu Aluehallintovirastot