

Dnro V/14868/2022

20.5.2022

# Ohje alkoholin markkinoinnista



**Valvira**

Sosiaali- ja terveysalan  
lupa- ja valvontavirasto

# Sisällys

Johdanto.....	4
1 Väkevät alkoholijuomat.....	6
1.1 Väkevien alkoholijuomien markkinointi kuluttajille (AlkoL 50.1 §) 6	
1.2 Mainonta väkevien alkoholijuomien anniskelu-, vähittäismyynti- ja valmistuspaikoissa .....	6
1.3 Muun toimijan harjoittama myynninedistäminen .....	8
1.4 Väkevien alkoholijuomien epäsuora mainonta.....	10
1.5 Väkevien alkoholijuomien hinnastot ja tuoteluettelot (AlkoL 50.3 §) 11	
1.6 Väkevien alkoholijuomien antaminen vastikkeetta (AlkoL 50.1 §) 12	
1.7 Yrityskuvamainonta (AlkoL 50.1 §) .....	14
1.8 Alkoholialan ammattilaisiin kohdistuva mainonta (AlkoL 50.3 §:n 3 kohta).....	15
2 Miedot alkoholijuomat .....	16
2.1 Alaikäisiin kohdistuva markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 1 kohta)...	17
2.2 Alkoholinkäytön yhdistäminen ajoneuvolla ajamiseen (AlkoL 50.2 §:n 2 kohta).....	18
2.3 Alkoholipitoisuuden korostaminen myönteisenä ominaisuutena (AlkoL 50.2 §:n 3 kohta).....	19
2.4 Runsasta alkoholinkäyttöä myönteisesti taikka raittiutta tai kohtuukäyttöä kielteisesti kuvaava markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 4 kohta) 20	
2.5 Suorituskyvyn lisääntymistä taikka sosiaalista tai seksuaalista menestystä lupaava markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 5 kohta).....	20
2.6 Lääkinnällisiä vaikutuksia lupaava markkinointi (AlkoL 50.2 §:n 6 kohta).....	21
2.7 Hyvän tavan vastainen, sopimaton tai harhaanjohtava markkinointi (AlkoL 50. 2 §:n 7 kohta).....	22
Tarkempia tietoja kuluttajansuojalain sääntelystä ja linjauksista liittyen markkinointiin ja mainontaan löytyy Kilpailu- ja kuluttajaviraston verkkosivustolta.....	24
2.7.1 Hyväntekeväisyys.....	24
2.7.2 Ilmaistarjoilu.....	25
2.7.3 Alkoholilain 4 §:n mukainen hyvän tavan vastainen toiminta .....	26

2.8	Televiiossa, radiossa ja elokuvateatterissa toteutettu mainonta (AlkoL 50.2 §:n 8 kohta).....	27
2.9	Mainonta yleisellä paikalla (AlkoL 50.2 §:n 9 kohta ja 50.4 §).	28
2.9.1	Yleisen paikan määritelmä.....	28
2.9.2	Poikkeukset yleisten paikkojen mainonnan kieltoon .....	29
2.9.3	Markkinointi muun tuotteen tai palvelun mainonnan yhteydessä sekä epäsuora mainonta.....	32
2.10	Pelit, arpajaiset ja kilpailut (AlkoL 50.2 §:n 10 kohta).....	34
2.11	Kuluttajien tuottaman sisällön hyödyntäminen ja mainonnan tarjoaminen kuluttajien jaettavaksi tietoverkon palveluissa (AlkoL 50.2 §:n 11 kohta).....	35
2.11.1	Kuluttajien tuottama sisältö.....	35
2.11.2	Alkoholimainonnan jakamiseen kehottaminen.....	36
2.11.3	Mainonnan kaupallinen toteuttaja .....	36
3	Hinnan ilmoittaminen, hinnoittelu ja alkoholin ostosta annettavat hyvitykset.....	38
3.1	Hinnan ilmoittaminen markkinoinnissa.....	38
3.2	Hinnoittelu (AlkoL 51.1 §) .....	39
3.3	Alkoholijuomien hinnasta annettavan hyvityksen kieltö (AlkoL 51.2 §) .....	40
3.4	Alkoholijuomien tarjoushinnoista ilmoittaminen (AlkoL 51.3 §)	41
4	Erityiskysymyksiä.....	42
4.1	Alkoholijuomien esillä pitäminen .....	42
4.2	Enintään 1,2 tilavuusprosenttia alkoholia sisältävät tuotteet...	42
4.3	Alkoholipitoiset 1,2 – 2,8 tilavuusprosenttia sisältävät juomat	43
4.4	Alkoholivalmisteet .....	44
4.5	Asiakas- ja kuluttajatapahtumat.....	44
4.5.1	Kanta-asiakastilaisuudet.....	44
4.5.2	Luvanhaltijan edustukseen liittyvä vieraanvaraisuustarjoilu	45
4.5.3	Maistiaiset / tuote-esittelyt .....	45
4.5.4	Tastingtilaisuudet.....	47
4.5.5	Messut.....	48
4.6	Kylkiäiset ja yhdistetyt tarjoukset .....	49
4.7	Alkoholijuoman käyttäminen muun hyödykkeen oheistuotteena	52
4.8	Liikelahjapakkaukset.....	53
4.9	Alkoholijuomien markkinointi tax free -myymälöissä.....	54

4.10	Alkoholijuomien markkinointi ulkomaisessa julkaisu- ja ohjelmatoiminnassa (AlkoL 50.5 §) sekä internetissä .....	55
5	Alkoholijuomien markkinoinnin valvonta (AlkoL 68 - 70 §:t) .....	58
5.1	Toimivalta ja seuraamukset .....	58
5.2	Mainoksen julkaisijan vastuu .....	60
	Säännökset .....	61

## Johdanto

Alkoholijuomien markkinointiohje koskee alkoholilain (1102/2017) 7. luvussa tarkoitettua 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 mainoskuville 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. 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.

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.

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.

Alkoholijuomien markkinointia suunnitellessa on huomioitava myös [EU:n audiovisuaalisia mediapalveluja koskeva direktiivi](#), jossa säädetään EU:n laajuisesta kaikkea audiovisuaalista mediaa, sekä perinteisiä televisiölähetysiä että tilattavaa audiovisuaalista mediapalvelua koskevan kansallisen

lainsäädännön koordinoinnista. Direktiivin mukaan audiovisuaalisen mainonnan on oltava helposti tunnistettavissa, eikä se saa mm. vaarantaa ihmisarvon kunnioittamista, sisältää tai edistää syrjintää, edistää terveyttä tai turvallisuutta loukkaavaa käyttäytymistä tai edistää ympäristöä vakavasti vahingoittavaa käyttäytymistä.

Kiellettyä audiovisuaalista mainontaa ovat erityisesti alaikäisille suunnattu alkoholimainonta tai kohtuuttoman kulutuksen edistäminen erilaisten rajoitusten ohella tai lasten kokemattomuutta tai herkkäuskoisuutta ja aikuisiin kohdistuvaa luottamusta hyödyntävä mainonta taikka alaikäisten kohtuuton näyttäminen vaarallisissa tilanteissa.

Alkoholijuomien markkinointia harjoittavien tulee huomioida myös mainosalan omat kansainväliset perussäännöt, joissa muun ohella korostetaan, että jokaista mainosta laadittaessa on pidettävä mielessä mainonnan yhteiskunnallinen vastuu.

Ohjeella korvataan alkoholijuomien markkinoinnista annettu aiempi ohje dnro V/5394/2018. Uudistetussa ohjeessa on pyritty tuomaan esiin alkoholilain kokonaisuudistuksen 1.1.2018 jälkeen syntynyttä tulkintakäytäntöä sekä selkiyttämään ohjeen rakennetta.

Johtaja Jussi Holmalahti

Lakimies Anne Ritari

Lisätietoja [alkoholi@valvira.fi](mailto:alkoholi@valvira.fi)

# 1 Väkevät alkoholijuomat

## 1.1 Väkevien alkoholijuomien markkinointi kuluttajille (AlkoL 50.1 §)

Alkoholilaissa asetetaan pääsäännöksi, että väkevien eli yli 22 tilavuusprosenttia sisältävien alkoholijuomien markkinointi on kiellettyä.

Sallittua se on vain erikseen säädetyissä 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 1.5 Väkevien alkoholijuomien hinnastot ja tuoteluettelot.

## 1.2 Mainonta väkevien alkoholijuomien anniskelu-, vähittäismyynti- ja valmistuspaikoissa

Väkevän alkoholijuoman mainontasäännökset ravintoloissa koskevat soveltuvin osin myös väkevän alkoholijuoman valmistus- ja vähittäismyyntipaikoissa toteutettua mainontaa ja tuotteiden esilläpitoa.

Väkevien alkoholijuomien markkinointi on sallittua anniskelu-, valmistus- ja vähittäismyyntipaikan sisätiloissa. Mainonta ei saa olla näkyvillä ravintolan ulkopuolelta. Anniskelupaikassa mainonnan ei tarvitse rajoittua vain anniskelualueelle, vaan mainoksia saa olla myös esimerkiksi anniskelupaikan muissa sellaisissa tiloissa, joista ne eivät selkeästi näy ravintolan ulkopuolelle. Luvanhaltijan ylläpitämillä verkkosivuilla tai sosiaalisen median palveluissa tapahtuva markkinointi ei ole anniskelu-, vähittäismyynti- tai valmistuspaikassa 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 maistiaisia.

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

Ravintola-, valmistus- ja myyntitilojen ulkopuolella väkevien alkoholijuomien markkinointi on kielletty. Väkeviä alkoholijuomia ei saa mainostaa myöskään yleisesti tunnetuin lempinimin tai kiertoilmaisuin eikä myöskään vakiintuneilla tunnuskuvilla.

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

Kiellettyä on esimerkiksi ravintolan mainonta, jossa esiintyy

- väkevän alkoholijuoman tuotenimi
- väkevän alkoholijuoman lajinimi, esimerkiksi ”irlantilaisviskit”, ”kahvi ja konjakkii”
- kuvia väkevien alkoholijuomien pulloista tai etiketeistä.

**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 enintään 22 tilavuusprosentin. Kielto koskee kaikkien ravintolassa väkevistä valmistettavien juomasekoitusten mainontaa ravintolan ulkopuolella.



Sallittua on markkinoida myös ravintolan ulkopuolella sellaisia drinkkejä, jotka on kokonaan valmistettu enintään 22-prosenttisista 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: esimerkiksi Jim Beam&Cola -tölkkijuoman mainonta on kiellettyä.

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

Väkevien alkoholijuomien vähittäismyyntipaikassa sekä anniskelupaikassa voi olla yleisön saatavana hinnasto, jossa kaikki saatavilla olevat juomat esitellään kuluttajille asiallisesti ja yhdenmukaisella tavalla. Luovutuspaikkaluvan saanut alkoholijuomien luovutuspaikka rinnastetaan hinnaston osalta vähittäismyyntipaikkaan. Hinnastoista ja tuoteluetteloista tarkemmin, ks. luku 1.5 Väkevien alkoholijuomien hinnastot ja tuoteluettelot.

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 tietyissä tapauksissa olla kiellettyä

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

### 1.3 Muun toimijan harjoittama myynninedistäminen

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 tai muuta vastiketta vastaan esitellä blogissaan väkeviä alkoholijuomia. On myös huomioitava, että alkoholialan toimija voi syyllistyä alkoholilain vastaiseen toimintaan luovuttaessaan mainonnaksi katsottavia tietoja väkevästä alkoholijuomista kuluttajan asemassa olevalle kirjoittajalle, koska väkevien alkoholijuomien mainonta kuluttajille on kiellettyä. Mainonnan kaupallisen toteuttajan määritelmää käsitellään tarkemmin luvussa 2.11.3 Mainonnan kaupallinen toteuttaja.

Joukkotiedotusvälineiden toimituksellisessa tekstissä sekä tieto-, oppi-, keittokirjoissa 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 4.10 Alkoholijuomien markkinointi ulkomaisessa julkaisu- ja ohjelmatoiminnassa). Tällaisen lähetysten toistamista jälkeinpäin, esimerkiksi näyttämällä sitä markkinointitilaisuudessa tai messuilla videolta, pidetään kuitenkin Suomessa toteutettuna mainontana.

Väkevien alkoholijuomien markkinoinnin kiellolla ei ole tarkoitus estää tai kohtuuttomasti vaikeuttaa lainmukaista alkoholijuomien myyntitoimintaa. Tästä syystä viranomaisen ei lähtökohtaisesti puutu väkevien alkoholijuomien lajienimien mainitsemiseen silloin, kun anniskelutoiminta on luonteeltaan sellaista, että toiminnan markkinointi lajinimeä mainitsematta olisi selvästi kohtuuttoman hankalaa (esimerkiksi viskimessut).

## 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 tyylillä, 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 ohjelmatunnisteissa 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

1.8 Alkoholialan ammattilaisiin kohdistuva mainonta

4.10 Alkoholijuomien markkinointi ulkomaisessa julkaisu- ja ohjelmatoiminnassa

## 1.4 Väkevien alkoholijuomien epäsuora mainonta

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

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

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

Viimeisimmän lainuudistuksen myötä on sallittua pitää myynnissä päivittäistavarakaupoissa myös sellaisia enintään 5,5 tilavuusprosenttia alkoholia sisältäviä juomia, joissa on väkevän alkoholijuoman tuotenimi. Poikkeus koskee vain esilläpitoa, näitä juomia ei saa markkinoida. Tästä tarkemmin luvussa 4.1 Alkoholijuomien esillä pitäminen.

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. Toiminnassa edellytetään tällöin markkinointitarkoitusta.

## **1.5 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. Se voidaan esittää sähköisessä muodossa tietoverkossa vain myyjän omilla internetsivuilla. Painettua tai sähköisessä muodossa olevaa hinnastoa ei voi lähettää asiakkaalle. Myös valmistajat ja tukkumyyjät voivat julkaista tuoteluettelonsa samoin edellytyksin.

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, pakkauskoko, 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.

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 tuoteryhmäkuvauksien on koskettava tasapuolisesti kaikkia alkoholijuomaryhmiä ja tuotteita.

## **Valvontaviranomaisen ratkaisuja**

Väkeviä alkoholijuomia valmistava yhtiö oli julkaissut verkkosivustollaan tuoteluettelon kaikista saatavilla olevista alkoholijuomista. Asiallisen tuotetiedon lisäksi tuoteluettelo sisälsi mainonnallisia kuvauksia ja muuta mainonnallista tietoa. Lisäksi yhtiön verkkosivustolla julkaistujen drinkkireseptien ainesosaluettelossa kerrottiin väkevien alkoholijuomien tuotenimet. Yhtiötä ohjeistettiin korjaamaan toimintansa väkevien alkoholijuomien markkinointikiellon mukaiseksi. (Ohjaava kirje V/4566/2019)

### **1.6 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 maistiaisina. Sen sijaan väkevien alkoholijuomien vastikkeeton lähettäminen tai

tarjoaminen muille ammattiryhmille on lähtökohtaisesti kiellettyä myyninedistämistä.

Liike-elämässä on tietyissä tilanteissa käytäntönä alkoholijuomien – ja joissakin tapauksissa 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 myyninedistämistoimintaa, vaikka tarjottavana tai annettavana olisi yrityksen itsensä kaupan pitämiä väkeviä alkoholijuomia. Toimintaa arvioidaan tapauskohtaisesti.

**Alla mainittuja toimintatapoja on pidetty hyväksyttävänä väkevää alkoholijuomaa edustavalle yritykselle:**

- 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 60-vuotispäivät tai eläkkeelle jääminen).
- Yritys tarjoaa omissa tiloissaan nauttimiskiellot huomioiden taikka ravintolassa liikelounaan yhteydessä edustamaansa väkevää alkoholijuomaa vieraille, jos vastaavassa tilanteessa on tapana tarjota väkevää alkoholijuomaa (esimerkiksi snapsi rapuateriaalla tai konjakki kahvin kera).
- Yritys antaa tai lähettää tuotettaan näytteenä väkevien alkoholijuomien vähittäismyyntin harjoittajille, tukkumyynti- tai anniskeluluvan haltijoille tai näiden puolesta ostopäätöksiä tekeville henkilöille.

Markkinoinniksi on katsottu toimet, joissa väkevää alkoholijuomaa annetaan 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.

Seuraavia esimerkkitapauksia pidetään alkoholilain pääsäännön mukaan **kiellettyinä 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**

1.8 Alkoholialan ammattilaisiin kohdistuva mainonta

## **1.7 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 osiot yrityksen verkkosivuilla, joissa ydintoimintoja esitellään.

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 tunnuskuvioiden käyttö kuvituksena antaa vaikutelman myynninedistämistarkoituksesta.

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

### **Valvontaviranomaisen ratkaisuja**

Yrityksen brändien esittelemistä verkkosivujen yritysesittelytekstissä ei voida sellaisenaan pitää tuotteiden myynninedistämistoimintana, kun tuotemerkit oli esitelty esimerkin omaisesti muun yhtiön toiminnasta ja toimialasta kertovan kuvauksen yhteydessä. (HaO 04243/15/7209)

## **1.8 Alkoholialan ammattilaisiin kohdistuva mainonta (AlkoL 50.3 §:n 3 kohta)**

Väkevien alkoholijuomien markkinointi on valmistus-, vähittäismyynti- ja anniskelupaikkoja sekä hinnastoja ja tuoteluetteloja koskevien poikkeusten lisäksi sallittua ainoastaan alkoholijuomien myyntiin osallistuville, ei kuitenkaan kuluttajille avoimena olevassa tietoverkossa. Mainonnassa on tällöinkin otettava huomioon 50.2 §:ssä olevat rajoitukset.

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

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 mainontaan.

Myyntiin osallistuvia eivät myöskään ole muiden lehtien kuin ammattijulkaisujen toimittajat, vaikka he työssään kirjoittaisivat myös alkoholijuomista.

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 Miedot alkoholijuomat).



Alkoholijuominen myyntiin osallistuville kohdistuvan tuotetiedon antamisen sisällöstä ei 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 vähittäismyynnin ammattijulkaisuissa. Alan ammattilehdiksi katsotaan julkaisut, joiden levikistä valtaosa kohdistuu ammattiryhmiin, jotka osallistuvat alkoholijuomien myyntiin. Aiemmassa ratkaisukäytännössä valtaosan on katsottu edellyttävän noin 80–90 % osuutta levikistä.

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 avoimissa julkaisuissa väkeviä alkoholijuomia ei saa mainostaa.

### **Verkkosivut**

Väkevien alkoholijuomien myyntiin osallistuville voi antaa tietoja ammattilehtien lisäksi esimerkiksi alan ammattilaisten verkkosivuilla. Sivut eivät 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.

## **2 Miedot alkoholijuomat**

Mietojen alkoholijuominen markkinointi on pääsääntöisesti sallittua, mutta toiminnan on täytettävä alkoholilain 50 §:n toisessa momentissa asetetut rajoitukset. Ne käydään läpi kohta kohdalta alaluvuissa.

Luvanvaraisessa vähittäismyynnissä olevat juomat voivat sisältää myös väkevää alkoholijuomaa. Hallituksen esityksen (HE 100/2017 vp) mukaan mainituissa juomissa voidaan käyttää myös väkevän alkoholijuoman

tuotenimeä. Väkevän alkoholijuoman tuotenimen sisältäviä tuotteita ei saa markkinoida, mutta niiden kaupanpitäminen on sallittua. Tarkemmin näiden tuotteiden esillä pitämisestä luvussa 4.1 Alkoholijuomien esillä pitäminen.

## 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 houkutellessa 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 tarkoitetut elokuvat ja pelit sekä erityisesti lasten ja nuorten harrastuksiin liittyvät välineet.

Mainonnan voidaan katsoa kohdistuvan alaikäisiin silloinkin, 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 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.

Alaikäisten urheilijoiden asusteisiin ja varusteisiin ei saa asettaa alkoholimainoksia. Kiellettyä on myös alkoholimainonta kilpailualueella ja tapahtuman yhteydessä silloin, kun kysymyksessä on pääasiassa lasten tai nuorten kilpailu tai muu urheilutapahtuma.

**Mainoksen toteutustapa** voi antaa syyn arvioida, että se on tarkoitettu kohdistumaan alaikäisiin. Lapsia ja nuoria kiinnostavassa muodossa (esim. sarjakuvat, piirroselokuvat tai satuhahmot) toteutettua mainontaa voidaan pitää

kielletynä. Lapsiin kohdistuvaa on myös mainonta, jossa hyödynnetään lasten keräilyharrastusta liittämällä kerättäviä, lapsia kiinnostavia tuotteita alkoholiin.

Mainosten piirroshahmot eivät saa ruumiinrakenteeltaan tai olemukseltaan muistuttaa lapsia, niiden piirrostapa ei saa olla erityisesti lapsiin vetoava, eivätkä hahmot saa suositella olutta esimerkiksi juomalla sitä tai kohottamalla tuoppia.

Urheilujoukkueen, esimerkiksi paikallisen jääkiekkjoukkueen, ja sen logon käyttämistä alkoholiin 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 alkoholiin mainonnassa ja alkoholiin pullojen etiketeissä muodostua kielletyksi.

Mainonnan voidaan katsoa kohdistuvan alaikäisiin silloin, kun **mainoksessa esiintyy senhetkisiä nuorisokulttuurin idoleita**, kuten erityisesti nuorten suosimia televisio- ja elokuvatähtiä tai laulajia ja esiintyjä. Myös urheilijat voivat olla lasten ja nuorten esikuvia. Sen vuoksi erityisesti nuorison tuntemien ja ihailmien tähtipelaajien ja huippu-urheilijoiden käyttäminen alkoholimainoksissa voidaan katsoa alaikäisiin kohdistuvaksi mainonnaksi. Vaikutelma vielä tehostuisi, jos tähdet esittäisiin mainonnassa alkoholiin käyttäjinä tai suosittelijoina. Alaikäistä esiintyjää ei myöskään saa esittää alkoholimainoksessa, vaikka hän ei itse esiintyisikään juoman käyttäjänä.

Alaikäisiin kohdistuva tai heitä kuvaava alkoholiin markkinointi voi myös tulla rikoslain perusteella tuomituksi alkoholimarkkinointirikoksena.

## **2.2 Alkoholin käytön yhdistäminen ajoneuvolla ajamiseen (AlkoL 50.2 §:n 2 kohta)**

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

Moottoriurheilua tai tieliikennettä käsittelevän televisio-ohjelman, radio-ohjelman tai urheilulehden nimessä esiintyvä miedon alkoholiin tai sen valmistajan

nimi tai muu alkoholijuoman tunnus voidaan katsoa alkoholin käytön yhdistämiseksi ajoneuvolla ajamiseen.

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

Valvontaviranomainen ei ole ratkaisukäytännössään puuttunut auto-, vene- tai muussa moottoriturheilussa mietojen alkoholijuoman tuotemerkkien, tunnuksien tai nimen näkymiseen ajoneuvojen pinnalla ja kuljettajien asusteissa tai moottoriturheilukilpailun tapahtuma-alueella. Kuljettajat tai ajoneuvot eivät kuitenkaan saa esiintyä alkoholijuoman mainostajina yleisellä paikalla kilpailualueen ulkopuolella. Kilpailua ei saa nimetä alkoholijuoman mukaan. Alkoholijuomamainonnassa ei saa esittää moottoriturheilun kilpailutilanteita tai mainoslauseita, jotka viittaavat alkoholin nauttimiseen kilpailun yhteydessä.

### **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. Alkoholipitoisuutta voidaan mainonnassa korostaa myös esittämällä juoman alkoholipitoisuutta kuvaava prosenttiluku huomiota herättävästi. Sama vaikutus on mainonnalla, jossa korostetaan, että alkoholijuoman alkoholipitoisuus on entistä korkeampi tai korkea verrattuna sen hintaan tai toiseen juomaan.

Alkoholijuomalle tunnusomaisista ominaisuuksista, makuaistimuksesta ja vaikutuksista suuri osa aiheutuu juoman alkoholipitoisuudesta. Siksi ilmaisu ”vahva” voidaan mieltää alkoholijuoman yhteydessä viittaavan myöskin alkoholipitoisuuteen.

Alkoholipitoisuutta koskeva miellelyhtymä voidaan Valviran näkemyksen mukaan kumota siten, että mainonnassa selkeästi kerrotaan, että vahva-sanalla viitataan juoman johonkin muuhun ominaisuuteen, esimerkiksi kantavierrepitoisuuteen tai makuun. Vastaavalla tavalla arvioidaan ilmaisuja ”väkevä”, ”voimakas” ym. mainonnassa käytettyjä vahvuutta tarkoittavia sanontoja.

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

Runsaan alkoholinkäytön myönteiseksi kuvaamiseksi voidaan katsoa esimerkiksi voimakkaan humalatilan kuvaukset sekä voimakasta humalatilaa myönteisesti kuvaavien sanontojen käyttö mainoksissa. Kielletyksi voidaan 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 kohtuukäyttäjää tai raitis henkilö esimerkiksi sosiaalisen asemansa, elämäntilanteensa tai ruumiillisten tai henkisten kykyjensä puolesta kielteisesti.

## **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 rohkaisuryppynä.

Kielletyksi voidaan katsoa myös sellainen mainos, jonka mukaan jokin alkoholijuoma tuottaa menestystä seurassa tai lisää sukupuolista vetovoimaa tai suorituskykyä.

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

### **Valvontaviranomaisen ratkaisuja**

Väkevän alkoholijuomapakkauksen ulkoasussa käytettyjen kuvien ja tekstien katsottiin yhdistävän kyseisen tuotteen kansainvälisesti tunnettuun

aikuisviihdealan näyttelijään. Tapauksissa, joissa väkevää alkoholijuomaa saadaan poikkeuksellisesti mainostaa, vähimmäisvaatimuksena on, että siinä noudatetaan mietojen alkoholijuomien 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)

## **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. Kiellettynä voidaan pitää sellaista mainosta, joka luo vaikutelman, että alkoholijuoma sinänsä tai esimerkiksi sisältämiensä ainesosien ansiosta auttaisi stressiin tai unettomuuteen, rentouttaisi, lievittäisi kipuja tai parantaisi seksuaalista toimintakykyä. Alkoholijuomalla ei juoman mainonnan yhteydessä saa esittää olevan yleisesti terveyttä edistäviä tai sairauksia torjuvia vaikutuksia. Flunssatotien tai krapularyyppyjen mainonta on tyypillisesti tämän lainkohdan vastaista.

Esimerkiksi ns. energiajuomien ja alkoholijuomien 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 tunneta tarkasti.

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

### **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)

## **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 kuluttajan suojaaminen alkoholin aiheuttamilta haitoilta.

Alkoholilainsäädännön lisäksi alkoholijuomien mainontaan kuluttajille voidaan soveltaa myös kuluttajansuojalainsäädäntöä ja kuluttajansuojalain nojalla tehtyjä tulkintoja. Kulutushyödykkeiden markkinointia koskevat säännökset ovat kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvussa (päivitetty 2.8.2008/61). Näiden säännösten yleisenä tavoitteena on turvata kuluttajalle mahdollisuus tehdä harkittuja ostopäätöksiä.

Markkinointi yleensä ottaen on viestintämuoto, jonka luomilla mielikuvilla on voimakas vaikutus arvoihin ja asenteisiin. Hyvän tavan vastaisena pidetään 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 humalajuomisen tekeminen hyväksyttäväksi esimerkiksi huumorin keinoin. Alkoholijuomien myynninedistämistä voidaan pitää yhteiskunnan arvojen vastaisena, jos se liitetään alkoholin ongelmakäyttöön sekä siihen liittyvään epäsosiaaliseen käytökseen.

Mainosta ei tee kiellettyksi vielä se, että joku sen nähneistä tuntee itsensä loukatuksi, mutta jos jo mainosta laadittaessa on syytä epäillä, että se voisi loukata joitain ihmisryhmiä, tulisi se jättää julkaisematta hyvän tavan vastaisena. Rajatulle, suppealle piirille tarkoitettua mainosta voidaan 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 silläkin, miten vakavasti otettavana viesti esitetään.

Eri kohderyhmät voivat ymmärtää mainoksen eri tavoin. 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. KSL 2 § 2 momentin lauseke, jossa todetaan muun ohella, että alaikäisille suunnattua tai alaikäiset yleisesti tavoittavaa markkinointia pidetään hyvän tavan vastaisena erityisesti, jos siinä käytetään hyväksi alaikäisen kokemattomuutta tai herkkäuskoisuutta, tai jos se on omiaan vaikuttamaan haitallisesti alaikäisen tasapainoiseen kehitykseen. Hyvän tavan vastaisuutta arvioitaessa otetaan huomioon markkinoinnin yleisesti tavoittamien alaikäisten ikä ja kehitystaso sekä muut olosuhteet.

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 tulee arvostella 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 houkutellaan kuluttajia lisäämään alkoholinkulutustaan, on tämän vuoksi katsottu sopimattomiksi.

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 mainonnallisilla keinoin, esimerkiksi kuvien, kuvioiden tai sijoittelun avulla.

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

Harhaanjohtavaa voi myös 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 markkinointiin ja mainontaan löytyy [Kilpailu- ja kuluttajaviraston verkkosivustolta](#).**

### **2.7.1 Hyväntekeväisyys**

Alkoholialan toimijat ovat yhä enenevässä määrin toivoneet mahdollisuutta yhdistää hyväntekeväisyys alkoholijuomiin. Valvira on kuitenkin vakiintuneesti katsonut lausunnoissaan, että kuluttajan ostopäätökseen vaikuttaminen hyväntekeväisyyden varjolla on kuluttajan kannalta sopimatonta menettelyä, ja näin ollen alkoholilain nojalla kiellettyä. Kannan uudelleenarviointi tarvitsisi tuekseen muutoksen sääntelyyn.

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. Alkoholijuomaa ja tuettavaa kohdetta ei saa kytkeä yhteen, esimerkiksi kertomalla, että jokaisesta ostetusta juomasta annetaan tietty määrä valitulle kohteelle.

## 2.7.2 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, esimerkiksi ”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 esimerkiksi joka viides juoma puoleen hintaa
- Kuluttajille esimerkiksi kadulla jaettu lipuke; ”tällä kupongilla olut tai siideri ilmaiseksi ravintolassa X:ssä”
- Oluenjuontakilpailut ja muut vastaavat tapahtumat, joissa kilpailujuomana tai palkintona 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.

### **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)

### **2.7.3 Alkoholilain 4 §:n mukainen hyvän tavan vastainen toiminta**

Alkoholilain 4 §:n mukaan alkoholipitoisten aineiden myynnissä ja markkinoinnissa ja niiden yhteydessä sopimuksen tai muun järjestelyn mukaisesti harjoitettavassa elinkeinotoiminnassa ei saa toimia hyvän tavan vastaisesti.

Kyseinen säännös täydentää markkinointia koskevaa 50 §:ää, koska sitä voidaan soveltaa yleisesti alan elinkeinonharjoittajien toimintaan.

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.

Hallituksen esityksessä (HE 100/2017 vp) mainitaan esimerkkeinä 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, esimerkiksi limakalvoille imeyttämällä tai hengittämällä käytettäväksi voi myös olla hyvän tavan vastaista toimintaa, sillä esimerkiksi jauheen tai aerosolin muodossa nautittuna alkoholi voi imeytyä olennaisesti tavanomaista tehokkaammin ja aiheuttaa vaaraa nauttijalle.

Säännöksen mukaista hyvän tavan vastaista toimintaa voisi olla myös toiminta, jossa myydään tai tarjotaan ilokaasua tai sallitaan sen käyttäminen esimerkiksi alkoholijuomien vähittäismyynnin tai anniskelun yhteydessä. Kieltoa ei saisi kiertää sopimalla toiminnan työnjaosta tai tekemällä muita vastaavia järjestelyjä toisen toiminnanharjoittajan kanssa.

Viranomaisen voi kieltää elinkeinonharjoittajaa jatkamasta hyvän tavan vastasta toimintaa siltä osin, kuin se on olennaisesti hyvän tavan vastaista eikä toimintaa ole korjattu kehotuksesta huolimatta.

## **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. Alkoholijuomien televisio- ja radiomainontaa koskevien aikarajoitusten ensisijaisena tavoitteena on ehkäistä ja vähentää niitä tilanteita, joissa lapset ja nuoret altistuvat alkoholimainonnalle.

Televisiotoiminnalla tarkoitetaan sähköisen viestinnän palveluista annetun lain (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, kuten suoratoistopalvelut ja podcastit eivät ole lain tarkoittamaa televisio- tai radiotoimintaa, joten ne rajautuvat säännöksen soveltamisalan ulkopuolelle.

## **2.9 Mainonta yleisellä paikalla (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. Yleisen paikan arvioinnissa on olennaista, että **henkilöpiiri on etukäteen rajoittamaton**.

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.

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

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.

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

Alkoholijuomien mainontakielto yleisillä paikoilla kohdistuu erityisesti alkoholijuomien jatkuvaan ulkomainontaan, kuten raitiovaunu- tai bussipysäkkeihin, kadunvarsiin sekä isokokoisiin mainostauluihin. Kielletyksi mainonnaksi voidaan katsoa myös mainokset yleisillä paikoilla liikkuvien alkoholielinkeinoon liittyvien jakeluautojen ulkopinnoilla sekä julkisissa liikennevälineissä kuten esimerkiksi busseissa tai raitiovaunuissa.

## **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. Näissä tilaisuuksissa voi olla esillä

miedon alkoholijuoman tunnuksia esimerkiksi käsiohjelmissa, kilpailualueella, täysi-ikäisten kilpailijoiden asuissa ja urheiluvälineissä.

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

Yleisötilaisuudet on määritelty kokoontumislaisissa 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 ilmailu- ja urheilunäytökset, samoin kuin erilaiset kilpailut ja joukkueottelut. Myös huvipuistotapahtumat ovat yleisötilaisuuksia.

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 (HE 100/2017 vp) 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 aina ole yleisötilaisuuksiin pysyvästi käytetty paikka, esimerkiksi siinä tapauksessa, että yleisölle avoimia tapahtumia, kuten näytöksiä, kilpailuja, otteluita tai vastaavia järjestetään siellä vain harvakseltaan.

Olellaisena 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.

Siinä tapauksessa, että tilaisuuteen on myönnetty anniskelupaikka, noudatetaan alkoholilain anniskelupaikkaa koskevia säännöksiä sekä anniskeluvassa mahdollisesti olevia rajoituksia.

## **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 muuallakin 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 hinnoista.

Mainonnan salliminen myyntipaikkojen ulkopuolella on saatavuuden ja hinnan ilmoittamisen osalta poikkeus yleisten paikkojen mainontakiellon pääsäännöstä. Alkoholimainontaa voi harjoittaa vain luvanhaltija tai keskusliike, johon toimipaikka kuuluu.

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.

Ilmoitus on sijoitettava myyntipaikan välittömään läheisyyteen ja oltava luvanhaltijan hallinnassa ja valvontavollisuuden piirissä. Vain perustellusta, esimerkiksi sijaintiin ja paikan hankalaan löydettävyyteen liittyvästä syystä ilmoitus 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, pysäkit tai vastaavat eivät täytä edellä mainittuja edellytyksiä, vaikka ne sijaitsisivat myyntipaikan läheisyydessä.

Ravintoloiden ulkoanniskelualueilla säännös tulee huomioida, esimerkiksi terassilla 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.

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 alkoholin epäsuora mainonta yleisellä paikalla on kielletty.

Alkoholijuomien myyntiä ei saa edistää muun hyödykkeen mainonnan yhteydessä siten, että muun hyödykkeen tunnuksena käytetään sellaisenaan tai tunnistettavasti muunnettuna juomalle vakiintunutta tunnusta tai että siitä muutoin välittyy mielikuva tietystä juomasta.

Koska alkoholilaissa on säädetty kielto mainostaa mietoja alkoholijuomia yleisellä paikalla, ei tätä kieltoa 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 enintään 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.

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 saa esiintyä tunnuskuvioita tai iskulauseita, joita käytetään yksinomaan alkoholijuoman mainonnassa. Jos yrityksen nimi tai logo on samanlainen kuin alkoholijuoman tai siinä esiintyy osa juoman nimestä, sen käytön sallittavuutta yrityskuvamainonnassa on lähtökohtaisesti arvioitava sen perusteella, välittykö esillepanosta ensisijaisesti mielikuva juuri tietyistä alkoholijuomista, esimerkiksi kirjasintyyppin, värityksen tai vastaavien syiden perusteella.

Yrityskuvamainonnan osalta voidaan soveltuvin osin noudattaa väkevien alkoholijuomien epäsuoraa mainontaa ja muuta myynninedistämistoimintaa koskevaa ohjeistusta. On kuitenkin huomattava, että väkevien alkoholijuomien myynninedistäminen on pääsääntöisesti kiellettyä, kun taas mietojen alkoholijuomien mainonta on pääsääntöisesti sallittu. Alkoholilain systematiikka

huomioiden ei ole syytä rajoittaa yrityskuvamainontaa mietojen alkoholijuomien osalta yhtä tiukasti.

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

**Sellainen alkoholimainonta, jossa käytetään kuluttajan osallistumista peliin, arpajaisiin tai kilpailuun, on kielletty.** Alkoholijuomien valmistaja, maahantuoja taikka anniskelu- tai vähittäismyyntiluvan haltija ei voi järjestää peliä, arpajaisia tai kilpailua, jossa on palkintona alkoholijuomaa. Myös muut tiettyihin alkoholijuomiin liittyvät pelit, arpajaiset ja kilpailut ovat kiellettyjä, vaikka niiden palkintona ei käytettäisi alkoholijuomaa. Pelin, arpajaisen tai kilpailun toteuttamistavalla ei ole merkitystä; kiello koskee niin internetissä kuin esimerkiksi anniskelupaikassa järjestettäviä, tavalla tai toisella tunnistettaviin alkoholijuomiin tai -brändeihin liittyviä pelejä, kilpailuja ja arpajaisia.

Anniskelu- tai vähittäismyyntipaikassa voidaan edelleen järjestää pelejä, arpajaisia ja kilpailuja, kunhan ne eivät suoraan tai epäsuorasti liity tiettyihin tunnistettaviin alkoholijuomiin eikä niiden palkintoina käytetä alkoholijuomia.

Jos muun kuin alkoholialan toimijan järjestämissä arpajaisissa tai yleisökilpailussa on palkintona alkoholijuomia, arpajaisen järjestäjän on huolehdittava siitä, että **alle 18-vuotiaan** ei ole mahdollista osallistua arpajaisiin eikä saada arpajaisvoittona alkoholijuomaa.

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 kiello estää sellaisten tuotteiden käytön, jotka kuuluivat tuoteperheeseen, jossa on mukana myös alkoholipitoisia juomia. Tämä koskee myös muita tuotteita kuin juomia, esimerkiksi alkoholijuoman logon sisältäviä juomalaseja tai asusteita.

Lähtökohtaisesti yrityskuvamainonta on sallittua myös alkoholialan toimijoille. Jos alkoholialan toimija järjestää pelin, kilpailun tai arvonnin, joka ei liity mihinkään tiettyyn tai tunnistettavaan alkoholijuomaan tai -brändiin, yritys eikä siinä ei ole palkintona alkoholijuomaa, ei kyse ole alkoholilain 50.2 §:n 10 kohdassa tarkoitettua kielletystä alkoholijuoman markkinoinnista. Kilpailun tai arvonnin osallistumisen edellytyksenä kuitenkin ei tällöin saa olla esimerkiksi alkoholimarkkinointia sisältävän uutiskirjeen tilaaminen tai muutoin alkoholimainonnan vastaanottamiseen suostuminen.

## **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.

### **2.11.1 Kuluttajien tuottama sisältö**

Kiellettyä on kuluttajien tuottaman materiaalin, kuten kommenttien tai omien juomiskuvien ja -videoiden, käyttäminen tietoverkossa tapahtuvassa alkoholimainonnassa. Kuluttajien tuottamaa materiaalia ei saa jakaa kaupallisen toteuttajan internetsivujen tai yhteisöpalvelujen kautta. Alkoholialan toimija ei saa uudelleen julkaista tai muuten jakaa kuluttajan omalla sivuillaan julkaisemaan kuvaa, tarinaa tai muuta sisältöä esimerkiksi hallitsemallaan nettisivulla tai sosiaalisen median palvelussa.

Kaupallisella toteuttajalla on velvollisuus poistaa kuluttajien tuottama alkoholimainonnaksi katsottava materiaali hallitsemastaan tietoverkon palvelusta. Esimerkiksi kuluttajien alkoholijuomia kehuvat kommentit ja kuvat alkoholijuomista katsotaan kuluttajien tuottamaksi sisällöksi. Yhteistyössä valmistajan, myyjän tai maahantuojan kanssa tuotettua materiaalia, kuten blogitekstiä tai muuta julkaisua, ei katsota kuluttajan tuottamaksi materiaaliksi.

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 sisällönä. Mainostajan ei siis tarvitse poistaa tai estää ”tykkäyksiä”.

Aihetunnisteiden tai hashtagien käytön sallittavuuden arvioinnissa on otettava huomioon toiminnasta muodostuva kokonaiskuva. 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. Näin ollen esimerkiksi toimintaa, jossa kuluttajia aktiivisesti kehoitetaan tiettyjen aihetunnisteiden käyttöön, voitaisiin mahdollisesti pitää alkoholilain markkinointisäännösten vastaisena.

### 2.11.2 Alkoholimainonnan jakamiseen kehottaminen

Mainostajan tulee poistaa tuottamastaan mainonnallisesta sisällöstä jakamismahdollisuus, eikä hän saa kehottaa tai kannustaa kuluttajia jakamaan tuottamaansa tai kuluttajien tuottamaa alkoholimainonnan katsottavaa sisältöä.

Mainostajan tulee tietoverkon palveluissa käyttää tarjolla olevat asetukset estääkseen tuottamansa alkoholimainonnan 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 täysikäisille henkilöille. Myös sponsoroiduista mainoksista tulee poistaa jakamismahdollisuus. Henkilökohtaisen mainonnan vastaanottaminen sähköpostiin tai somepalvelun yksityisviestillä edellyttää yleensä etukäteissuostumuksen antamista mainonnan vastaanottamiseen.

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 käyttämässään tietoverkon palveluissa.

### 2.11.3 Mainonnan kaupallinen toteuttaja

Alkoholilain sosiaalisen median markkinointia koskevat rajoitukset koskevat alkoholimainonnan **kaupallista toteuttajaa**. Kaupallisella toteuttajalla

tarkoitetaan toimijaa, jolla on suora taloudellinen intressi alkoholijuoman mainontaan. Kaupallinen toteuttaja on tyypillisesti alkoholijuoman myyjä, maahantuojaja 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. Alkoholialan toimija ei tällöin voi hyödyntää tällaista kuluttajan tuottamaa materiaalia omassa markkinoinnissaan.

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.

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.
- Yhteistyön tekeminen sosiaalisen median vaikuttajan kanssa. Tällöin on huomioitava alkoholilain markkinointisäännökset ja mm. blogin tai sosiaalisen median tilin seuraajien kommentointi on estettävä tai alkoholimainonnaksi katsottavat kommentit poistettava.

Kiellettyä on:

- Kuluttajan tuottaman materiaalin, kuten kuvien, videoiden, kommenttien tai blogitekstien hyödyntäminen markkinoinnissa.
- Ns. sponsoroitujen mainosten kohdistaminen alaikäisille.
- Alkoholimainonnan jakamiseen kehottaminen aineiston yhteydessä.
- Sosiaalisen median palveluihin linkittyvän jakamistoiminnon hyödyntäminen alkoholimainonnan yhteydessä mainostajan hallitsemilla perinteisillä internetsivuilla (ns. some-painikkeet).

## **3 Hinnan ilmoittaminen, hinnoittelu ja alkoholin ostosta annettavat hyvitykset**

### **3.1 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. 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 pyydettyäessä.

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

### **3.2 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 ostettuna 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.

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 erisuuruisissa 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.

Anniskelu- tai vähittäismyyntipaikka voi hinnoitella alkoholijuoman normaalia edullisemmaksi silloin, kun kysymyksessä on rajattu ryhmä kuten kanta-asiakkaiksi rekisteröityneet henkilöt. Erityiset kanta-asiakashinnat tai henkilökunta-alennukset 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 kieltö 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)

### **3.3 Alkoholijuomien hinnasta annettavan hyvityksen kieltö (AlkoL 51.2 §)**

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

Hyvitys on yleistermi, joka kattaa sekä bonukset että muissa muodoissa tarjottavat edut, kuten esimerkiksi maksutapaedut. Säännöksen tarkoitus on kieltää kaikenlaiset hyvitysjärjestelyt.

Säännös koskee nimenomaisesti alkoholijuomien vähittäismyyntiä ja anniskelua ja sen tarkoituksena todetaan perusteluissa olevan estää kaupan tai ravintoloiden kanta-asiakaskorttien tai etuohjelmien yhteydessä tapahtuva alkoholijuomien 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 hyvytys ei tällöin ole sidoksissa tietyn alkoholinmyyjän kanta-asiakaskorttiin tai etuohjelmaan.

### **3.4 Alkoholijuomien tarjoushinnoista ilmoittaminen (AlkoL 51.3 §)**

Vähittäismyyntipaikasta ulospäin suunnattua mietojen alkoholijuomien hintailmoittelua rajoitetaan alkoholilain 51.3 §:ssa. Lainkohdan mukaan alkoholijuomien tarjoushintojen ilmoittaminen vähittäismyyntipaikan ulkopuolella on kiellettyä, jos tarjous on voimassa alle kaksi kuukautta. Tällaisia alkoholijuomien tarjoushintoja ei saa asettaa näkymään vähittäismyyntipaikasta ulospäin kuten oveen, ikkunaan tai kadulle eikä niistä saa ilmoitella esim. lehdissä, vähittäismyyntipaikan kotisivuilla ja kanta-asiakasviestinnässä.

Kiellettyinä tarjoushinnasta ilmoittamisena voidaan pitää myös alkoholijuomien tarjoukseen viittaavien käsitteiden ja kuvien käyttämistä vähittäismyyntipaikan ulkopuolella, jos niillä tosiasiallisesti tarkoitetaan mainostaa alle kahden kuukauden ajalle rajattua tarjoushintaa.

Alkoholia koskeva tarjoushintailmoittelu 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.

Anniskeluravintolat voivat julkaista mietojen alkoholijuomien lyhytaikaisia tarjoushintailmoituksia myös toimipaikan ulkopuolella. Väkevien alkoholijuomien markkinointi on kiellettyä ja kieltoon säädetty poikkeukset, kuten esimerkiksi verkkosivuilla julkaistava hinnasto sekä markkinointi itse anniskelupaikan sisätiloissa luetellaan alkoholilaissa erikseen. Väkeviä alkoholijuomia koskevia tarjoushintoja ei siis edelleenkään saa julkaista esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, ravintolan ikkunassa tai lehdessä.

## Valvontaviranomaisen ratkaisuja

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

## 4 Erityiskysymyksiä

### 4.1 Alkoholijuomien esillä pitäminen

Vähittäismyynnissä olevat enintään 5,5 tilavuusprosenttiset juomasekoitukset voivat sisältää myös väkevää alkoholijuomaa. Hallituksen esityksen (HE 100/2017 vp) mukaan mainittujen juomien nimissä voidaan käyttää myös väkevän alkoholijuoman tuotenimeä. 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.

### 4.2 Enintään 1,2 tilavuusprosenttia alkoholia sisältävät tuotteet

Alkoholilakia sovelletaan alkoholipitoisiin aineisiin. Alkoholipitoisella aineella tarkoitetaan sellaista ainetta ja tuotetta, joka sisältää enemmän kuin 1,2 tilavuusprosenttia etyylialkoholia. Alkoholilain säännökset eivät siis suoranaisesti koske enintään 1,2 tilavuusprosenttia sisältäviä tuotteita.

Lain myyntiaikaa tai sallittua myynti-ikää koskevia rajoituksia ei sovelleta edellä mainittuihin juomiin. Mikään ei kuitenkaan estä juoman myyjää asettamasta liike- tai ketjukohtaisia myynnin tai markkinoinnin rajoituksia tai suosituksia tuotteelle, jos se esimerkiksi sisältää jossain määrin, mutta kuitenkin enintään 1,2 tilavuusprosenttia etyylialkoholia alkoholia.

Alkoholilain markkinointirajoitukset voivat tulla sovellettavaksi ns. epäsuoran markkinoinnin johdosta, siis lähinnä tuoteperheiden osalta. Käytännössä yleisimmin sovellettavaksi tulee kiello mainostaa tuoteperheeseen kuuluvia juomaa yleisellä paikalla. Juomien markkinointi on myös kielletty, jos se kohdistuu alaikäisiin tai muihin henkilöihin, joille alkoholijuomaa ei 37 §:n mukaan saa myydä, tai siinä kuvataan tällaisia henkilöitä. Lisäksi on kiellettyä yhdistää alkoholin käyttö ajoneuvolla ajamiseen.

### **4.3 Alkoholititoiset 1,2 – 2,8 tilavuusprosenttia sisältävät juomat**

Alkoholititoisella aineella tarkoitetaan sellaista ainetta ja tuotetta, joka sisältää enemmän kuin 1,2 tilavuusprosenttia etyylialkoholia ja alkoholijuomalla taas tarkoitetaan juotavaksi tarkoitettua alkoholititoista 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 alkoholititoisen 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.

#### **4.4 Alkoholivalmisteet**

Alkoholivalmisteella tarkoitetaan alkoholipitoista ainetta, joka ei ole alkoholijuoma 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. Kyseisen alkoholivalmisteen valmistaja, maahantuoja ja myyjä eivät saa edistää tai esitellä sen 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.

#### **4.5 Asiakas- ja kuluttajatapahtumat**

Tässä luvussa käsitellään alkoholin markkinoinnin näkökulmasta erilaisia asiakastapahtumia, joiksi katsotaan esimerkiksi kanta-asiakastilaisuudet, maistiaiset, tastingtilaisuudet sekä alkoholiaiheiset tai erityisesti alkoholia tarjoavat, esittelevät tai myyvät messut. Kaikissa asiakastapahtumissa tulee ottaa huomioon, että tilaisuus saattaa edellyttää anniskelulupaa ja lisäksi tarjottavien alkoholijuomien verojen tulee olla maksettuna.

##### **4.5.1 Kanta-asiakastilaisuudet**

Luvanhaltija voi järjestää kanta-asiakkaille satunnaisesti suljettuja ajallisesti rajattuja tilaisuuksia, joissa kanta-asiakkaille saadaan tarjoilla maksutta 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 toimitettava etukäteen ja sen tulee olla henkilökohtainen. Kanta-asiakkaana ei pidetä henkilöä, joka on saapunut ravintolaan paikalle ja rekisteröity 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.

#### **4.5.2 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.

#### **4.5.3 Maistiaiset / tuote-esittelyt**

Maistiaisilla tarkoitetaan tilannetta, jossa juoman maahantuoja, myyjä luvanhaltija tai vastaava tarjoaa yleisölle pienehköjä annoksia edustamistaan tuotteista. Samassa yhteydessä voidaan jakaa tietoa kyseisistä juomista.

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

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

Maistiaisia ei voida järjestää paikoissa, joissa alkoholilain 85 §:n nauttimiskiellot estävät alkoholijuomien nauttimisen. Maistiaisia ei siten voida järjestää ravitsemisliikkeessä tai muussa paikassa, jossa yleisölle maksusta pidetään saatavana ruokaa tai virvokkeita tai kokoontumislaisissa tarkoitetussa yleisötilaisuudessa.

Nauttimiskielloa on perusteltu mm. hyvien tapojen ja yleisen järjestyksen säilymisellä sekä sillä, että tarkoituksena on estää alkoholitarjoilun käyttäminen ostajien houkuttimena kaupankäynnissä.

Nauttimiskiellosta säännellään myös muualla alkoholilaisissa. Lain 35 §:n mukaan vähittäismyyntiluvan haltijan hallitsemalla sisä- tai ulkoalueella ja tämän välittömässä läheisyydessä ei saa nauttia alkoholia. Vastaavasti 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.

Maistiaisten järjestäminen on samalla tuotteiden myynninedistämistä. Näin ollen maistiaisia ei voi järjestää yleisillä paikoilla. Alkoholipitoisten aineiden maistiaisia ei saa järjestää esimerkiksi torilla, yleisellä uimarannalla, kauppakeskuksessa tai kauppaliikkeen edustalla.

**Kuluttaja-asemassa** oleville henkilöille ei saa järjestää väkevien alkoholijuomien ilmaisia maistiaisia anniskelupaikassa eikä muissakaan tiloissa. Maistiaisten kieltä ei voida kiertää perimällä maistiaisannoksista vain nimellinen maksu. Ravintola-alan ammattilaisia koskevat eri säännöt, joista on enemmän luvussa 1.8 Alkoholialan ammattilaisiin kohdistuva mainonta.

Tislaamon tai väkevän alkoholijuoman valmistuspaikan toimintaa esittelevien maksullisten tutumiskierrosten yhteydessä on kuluttajille mahdollista järjestää maistelutilaisuus, jos valmistuspaikan yhteydessä toimii anniskelupaikka, jolla on oikeus myydä väkeviä juomia.

Mietojen alkoholijuomien myynninedistämistä järjestämällä ilmaisia maistiaisia kuluttajille pidetään yleensä hyvän tavan vastaisena ja sopimattomana

menettelynä. Toisin sanoen esimerkiksi alkoholijuomien valmistaja, maahantuoja tai myyjä ei voi järjestää maistiaistilaisuutta, johon kutsuttaisiin vapaasti ennalta valikoimatonta yleisöä.

Alkoholijuoman valmistaja tai tukkumyyjä voi tarjota miedoista alkoholijuomistaan maistiaisia etukäteen sovituille ryhmille toimintansa tai tuotantotilojensa esittelyn yhteydessä tuote-esittelytiloissaan.

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

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

#### **4.5.4 Tastingtilaisuudet**

Tastingtilaisuudella tarkoitetaan tapahtumaa, jossa kutsutut tai muutoin ilmoittautuneet maistelevat eri alkoholijuomia. Juomat kuuluvat yleensä tiettyyn kokonaisuuteen.

Tastingtilaisuus voidaan järjestää anniskelupaikassa, jossa on voimassa oleva anniskelulupa tai rajoituksin tilassa, jossa ei ole anniskelulupaa. Jos tilaisuus järjestetään tilassa, johon on anniskelulupa, on muistettava, että anniskelupaikassa saa myydä vain anniskeluluvalla hankittua juomaa. Tilaisuuteen hankittujen juomien tulee siis kulkea luvan haltijan kirjanpidon kautta. Hinnoittelun tulee olla avointa ja osallistujien on saatava selkeät tiedot mitä pakettiin kuuluu. Tilaisuuteen sovelletaan myös muita anniskelua koskevia säännöksiä, mm. osallistujien tulee olla täysi-ikäisiä eikä anniskeltavan alkoholin määrä saa olla liiallinen.

Jos tastingissä on tarjolla väkeviä alkoholijuomia, on huomattava, että tilaisuutta ei voi sellaisenaan mainostaa anniskelupaikan ulkopuolella. On kuitenkin katsottu, että ravintoloitsija voi kertoa, että paikassa järjestetään myös väkevien tastingejä. Tällöin asiakkaan/kiinnostuneen erillisestä pyynnöstä on katsottu



olevan mahdollista lähettää kysyjälle tarkempia tietoja, esimerkiksi hinnoittelusta sekä tarjottavista juomista.

Tastingtilaisuuden järjestäminen muualla kuin anniskelupaikassa ja ilman anniskelulupaa on mahdollista vain tietyillä edellytyksillä. Tilaisuuden järjestämispaikan osalta tulee ottaa huomioon se, että tietyissä paikoissa on voimassa kielto nauttia alkoholijuomia eli näissä paikoissa tilaisuuksia ei voida järjestää. Alkoholilain 85 §:n mukaan alkoholijuomaa ei saa nauttia ravitsemisliikkeessä eikä muussa paikassa, jossa yleisölle maksusta pidetään saatavana ruokaa tai virvokkeita tai kokoontumislaisissa tarkoitetussa yleisötilaisuudessa.

Tilaisuuteen osallistujien on hoidettava juomien hankinta itse ostamalla ne vähittäismyyntiluvanhaltijalta tai Alkolta. Tällaisen tilaisuuden voi järjestää korvausta vastaan eli opetuksesta voi ottaa maksun, eikä siihen tarvita alkoholilain mukaista lupaa tai ilmoituksen tekoa. Tilaisuuden järjestäjä ei voi välittää juomia, koska tässä tapauksessa sen katsottaisiin hyötyvän taloudellisesti tilaisuudesta. Näin vaikka hinta ei juomien välittämiseen kohdistuisikaan.

Tastingtilaisuus on mahdollista järjestää myös maksutta, mutta tällöin tilaisuuden tulee olla suljettu tilaisuus ennalta määritellylle rajatulle joukolle. Lähtökohtaisesti alkoholialan kaupallinen toimija ei saa markkinoida alkoholijuomia kuluttajille tarjoamalla niitä ilmaiseksi alkoholilain mainontasäännösten johdosta.

#### **4.5.5 Messut**

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.

Messuilla voidaan antaa tuotetietoa väkevästä alkoholijuomista alkoholijuomien myyntiin osallistuville. Jos messuilla tarjotaan maistiaisia väkevästä alkoholijuomista, on kyettävä varmistamaan, että messujen osallistujat ovat alkoholijuomien myyntiin osallistuvia. Maistiaisten jakamista kuluttajille messuilla pidetään hyvän tavan vastaisena myynninedistämisenä.

Messuilla, joihin osallistuu muitakin ammattiryhmiä tai kuluttajia, väkevien alkoholijuomien esittelytilojen on oltava selkeästi erotetut muista messutiloista ja sinne tulijoilta on tarkistettava, että he ovat alkoholijuomien myyntiin osallistuvia.

Jos messutapahtuma järjestetään anniskelupaikassa (toistaiseksi voimassa oleva lupa tai määräaikainen) myös väkevien mainonta alkoholijuomien mainonta yleisiä alkoholimainonnan rajoituksia noudattaen on siellä sallittua.

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 tulee kirjata anniskelupaikan lupanumerolle.

Vastuu myynninedistämistoiminnan lainmukaisuudesta on sen toteuttajalla, eli maistiaisia tarjoilevalla yrityksellä. Myös messujen järjestäjä on osaltaan vastuussa toiminnan lainmukaisuudesta.

## 4.6 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 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.

Alkoholijuomaostoihin liitetyiltä kylkiäisiltä tai yhdistetyiltä tarjouksilta edellytetään asiallista yhteyttä päätuotteeseen nähden ja sen 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 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. Jos oheistuotteelle kuitenkin mainonnan avulla luodaan arvoa esimerkiksi tekemällä niistä keräilykohteita, niiden käyttöä voidaan pitää kuluttajan kannalta sopimattomana. Samoin arvioidaan juomien pakkauksia. Kylkiäistä ei voi myöskään 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 keräily sarja (esim. viininharrastajien erityistuotteista, kuten dekantteri, viinilämpömittari jne.), ei saa muodostua tietyn tuotemerkin ostoista saatavaa keräily sarjaa),
- alkoholijuoman ostajalle kyseisen juoman tunnuksella varustettu T-paita, rintamerkki tms. esine, joka ei ole tarpeellinen juoman nauttimisessa,

- 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, 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 ohjelman lipun hintaan mieto alkoholijuoma-annos mahdollisena tervetuliaisjuomana sekä aterijuomina rajattu, kohtuullinen määrä mietoja alkoholijuomia. Tarjolla tulee olla myös alkoholiton vaihtoehto.

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 tahoa, joka ostaa alkoholia sisältävän paketin ravintolalta ja myy sen edelleen kuluttajille, koska alkoholijuoman vastikkeellinen välittäminen on rikoslaisissa säädetty rangaistavaksi.

Alkoholilain 51.1 § kieltää kahden tai useamman alkoholijuomapakkauksen 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 alkoholijuomapakkauksen sekä jonkun muun

tuotteen sisältävässä yhdistetyssä tarjouksessa alkoholijuoma on hinnoiteltava normaalihintaan.

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

#### **4.7 Alkoholijuoman käyttäminen muun hyödykkeen oheistuotteena**

Jos alkoholijuomia käytetään muiden tuotteiden myynninedistämässä, on otettava huomioon, että alkoholin myyntiä kulutukseen saavat Suomessa harjoittaa ainoastaan alkoholiyhtiö 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**

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 tarjoushintoilmoittelusäännöstä. (Kirje 3028/13.08.02.01/2012)

## **4.8 Liikelahjapakkaukset**

Alkoholilain monopolijärjestelmä estää alkoholijuomien myynnin muilta kuin alkoholijuomien vähittäismyynti-, anniskelu- tai tukkumyynniluvan haltijoilta. Myös alkoholijuoman välittäminen palkkiota vastaan on kielletty. Alkoholijuomien vähittäismyyntiä yrityksille liikelahjoiksi saavat harjoittaa vain Alko Oy, tilaviini- ja käsityöläispanimomyymälät, sekä enintään 5,5 tilavuusprosenttisten alkoholijuomien osalta niiden vähittäismyynti- tai anniskeluluvan haltijat.

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 alkoholiosotot 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 konjakkipullo”, ”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.

## 4.9 Alkoholijuomien markkinointi tax free -myymälöissä

Alkoholijuomien myynnistä verottomien tavaroiden myymälässä sekä Suomen ja ulkomaiden välillä kulkevissa liikennevälineissä 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 lainsäädäntövalta 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 2.9 Mainonta yleisellä paikalla).

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.

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 asetelullisin keinoin.

Hinnastossa voidaan esittää alkoholijuomien asialliset tuotetiedot kuten alkoholijuoman nimi, valmistajan nimi, pakkauskoko, 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 tuoteryhmäkuvauksen on koskettava tasapuolisesti kaikkia alkoholijuomaryhmiä.

#### **4.10 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 ulkomailla 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 ulkomailla olevalla verkkosivulla tai ulkomailta lähetettävässä ohjelmassa.

### **Alkoholijuomien markkinointi internetissä**

Suomen alkoholilain säännökset ovat pääsääntöisesti niin sanotusti media- eli viestintävälineneutraaleja. Näin ollen internetissä ja sosiaalisen median yhteisöpalveluissa julkaistuun myyninedistämistoimintaan sovelletaan lähtökohtaisesti samoja säännöksiä kuin perinteisiä välineitä (televisio, radio, sanoma- ja aikakauslehdet) käyttäen julkaistuun aineistoon. Sama koskee myös sähköpostitse sekä erilaisia mobiilipalveluja ja -sovelluksia hyväksikäyttämällä toteutettua mainontaa. Tietyt rajoitukset koskevat kuitenkin pelkästään tietoverkossa toteutettua mainontaa. Näitä rajoituksia on käsitelty edellä luvussa 2.11 Kuluttajien tuottaman sisällön hyödyntäminen ja mainonnan tarjoaminen kuluttajien jaettavaksi tietoverkon palveluissa.

**Suomessa tosiasiallisesti toimivan**, täällä pysyvässä sijoittautumispaikassa tosiasiallisesti taloudellista toimintaa harjoittavan toimijan **on noudatettava Suomen lainsäädäntöä** internetissä toteutetun mainonnan ja markkinoinnin osalta (laki sähköisen viestinnän palveluista 917/2014). Sijoittautumisvaltion määräytymisessä merkitystä ei esimerkiksi ole sillä, missä valtiossa yhtiö on rekisteröity, millä kielellä verkkosivut 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 suomalaiseen alkoholijuomien valmistajaan, joka mainostaa väkeviä alkoholijuomia suomalaisille kuluttajille ulkomaisella verkkosivulla.

On myös tavallista, että linkkien avulla tehdään muiden julkaisemista internetsivuista osa omaa aineistokokonaisuutta: jos esimerkiksi suomalaisen alkoholijuomien maahantuojaan verkkosivulla on linkki ulkomaisen valmistajan väkeviä alkoholijuomia mainostavalle sivulle, sillä oleva aineisto voidaan katsoa osaksi maahantuojaan 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,
- mietojen alkoholijuomien mainoksia, joissa käytetään alkoholilain 50.2 §:ssä kiellettyjä markkinointikeinoja (katso tarkemmin luvusta 2 Mietot alkoholijuomat).

Internetissä on myös useita yksityishenkilöiden tai tiedotusvälineiden julkaisemia sivuja, joilla annetaan tietoja väkevistä alkoholijuomista. Tällaiset sivut kuuluvat lähtökohtaisesti perustuslain turvaaman sananvapauden piiriin. Tällaisten sivujen julkaiseminen katsotaan kuitenkin kielletyksi, jos niitä on valmisteltu yhteistyössä väkevien alkoholijuomien valmistajan, maahantuojaan 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 1.8 Alkoholialan ammattilaisiin kohdistuva mainonta).

### Valvontaviranomaisen ratkaisuja

Facebook-yhteisöpalvelussa sijaitsi 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)

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

### 5.1 Toimivalta ja seuraamukset

Alkoholijuomien markkinoinnin valvonta kuuluu ensisijaisesti kullekin aluehallintovirastolle toimialueellaan. Aluehallintovirastojen toimialuejaot ja yhteystiedot löytyvät [Aluehallintovirastojen verkkosivustolta](#). 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 Valvira tai aluehallintovirasto voi antaa vapaamuotoista ohjausta toiminnan korjaamiseksi.

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 maahantuoja vastaavat kulutukseen luovuttamansa alkoholijuoman laadusta ja koostumuksesta sekä siitä, että tuote ja sen päällysmerkinnät 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 kiello 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 kiello 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 tavan vastaista eikä kyseistä toimintaa ole korjattu tai lopetettu kohtuullisessa määräajassa viranomaisen kehotuksesta huolimatta.

Valvontaviranomaiset voivat markkinointitoimea koskevasta kiellosta päättäessään tai väliaikaista kielloa määrätessään velvoittaa kiellon saaneen suorittamaan asetetussa määräajassa ja määrätyllä tavalla oikaisutoimen, jos sitä on pidettävä tarpeellisena 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 kielloa 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 kiellopäätökseen, väliaikaiseen kielloon, uhkasakkoon 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 51 §: ien vastaisesti, voidaan tuomita **alkoholirikkomuksesta** sakkoon ([AlkoL 90.3 §:n](#) 4 kohta). Joka markkinoi alkoholilain vastaisesti väkevää alkoholijuomaa, kohdistaa alaikäisiin miedon alkoholijuoman markkinointia, liittää sen alaikäisiin kohdistuvaan muun tuotteen tai palvelun markkinointiin tai kuvaa miedon alkoholijuoman markkinoinnissa alaikäistä, voidaan tuomita **alkoholijuoman markkinointirikoksesta** sakkoon tai vankeuteen enintään kuudeksi kuukaudeksi ([rikoslain 30 luvun](#) 1 a §).

## 5.2 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 julkaisseen 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 käytännössään johdonmukaisesti katsonut kansanterveyden edistämisen ja lasten suojelun oikeuttavan varsin pitkällekin meneviä perusoikeusrajoituksia erityisiä haittariskejä omaavien elinkeinotoimintojen markkinoinnille. Markkinaoikeus on lukuisissa 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 julkaiseseeseen 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.

## Säännökset

Alkoholilain 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 välittyy 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 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 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;
- 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 sopimatonta 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 kuvaohjelmalin (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 säädetyn rajoituksen:

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 säädetyn rajoituksen:

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 vähittäismyyntissä ja anniskelussa on kielletty.

Alkoholijuoman hinnasta annettavan hyvityksen, joka lasketaan alkoholijuomien tai muiden kulutushyödykkeiden ja palveluiden ostojen perusteella, tarjoaminen ja maksaminen vähittäismyyntissä 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 säädetystä 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 tarpeellisena.

#### 70 § Uhkasakko ja teettäminen

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

Valvontaviranomaisen 68 ja 69 §:ssä tarkoitettussa 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 liittää sen alaikäisiin kohdistuvaan muun tuotteen tai palvelun mainontaan tai myynninedistämistoimintaan taikka

3) 2 kohdassa tarkoitettussa miedon alkoholijuoman markkinoinnissa kuvaa alaikäisiä, on tuomittava alkoholijuoman markkinointirikoksesta sakkoon tai vankeuteen enintään kuudeksi kuukaudeksi.



## Valvira

Sosiaali- ja terveysalan  
lupa- ja valvontavirasto

Sosiaali- ja terveysalan  
lupa- ja valvontavirasto, Valvira

Ratapihantie 9, 00520 Helsinki  
PL 43, 00521 Helsinki  
Koskenranta 3, 96100 Rovaniemi

Puhelin 0295 209 111  
kirjaamo@valvira.fi  
valvira.fi