

SOSIAALI- JA TERVEYSVALIOKUNNAN MIETINTÖ 58/2006 vp

Hallituksen esitys laiksi alkoholilain muuttamisesta

JOHDANTO

Vireilletulo

Eduskunta on 25 päivänä lokakuuta 2006 lähettänyt sosiaali- ja terveysvaliokuntaan valmistelevasti käsiteltäväksi hallituksen esityksen laiksi alkoholilain muuttamisesta (HE 232/2006 vp).

Lausunto

Eduskunnan päätöksen mukaisesti perustuslakivaliokunta on antanut asiasta lausunnon (PeVL 54/2006 vp), joka on otettu tämän mietinnön liitteeksi.

Asiantuntijat

Valiokunnassa ovat olleet kuultavina

- hallitusneuvos Ismo Tuominen, sosiaali- ja terveysministeriö
- erikoistutkija Christoffer Tigerstedt, Sosiaali- ja terveysalan tutkimus- ja kehittämiskeskus
- johtaja Auli Suojanen, Elintarviketurvallisuusvirasto Evira
- kilpailuasianneuvos Riitta Ryhänen, Kilpailuvirasto
- apulaisjohtaja Päivi Seppälä, Kuluttajavirasto
- ylitarkastaja Erkki Lahtinen, Sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvontakeskus
- ylitarkastaja Pirjo Partanen, Etelä-Suomen lääninhallitus
- toimialapäällikkö Irmeli Mustonen, Elintarviketeollisuusliitto, Alkoholijuomateollisuusyhdistys ry

- johtaja Jorma Miettinen, MTV Oy
- toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski, Mainostajien Liitto
- toimitusjohtaja Timo Jaatinen, Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto
- vastaava sopimussihteeri Lassi Ojanen, Palvelualojen ammattiliitto PAM ry
- järjestöpäällikkö Ilkka Nieminen, Päivittäistavarakauppa
- lakiasianjohtaja Helena Pollari, Suomen Hotelli- ja Ravintolaliitto
- puheenjohtaja Pertti Salo ja liiketoimintajohtaja Tom Alakari, Suomen Alkoholijuomakauppayhdistys ry
- toiminnanjohtaja Tero Koistinen, Suomen Filmikamari ry
- puheenjohtaja Pekka Kääriäinen, Suomen Pienpanimoliitto
- puheenjohtaja Risto Hallman, Suomen viiniryttäjät ry
- avustava lakimies Kalle Hynönen, SW Televisio Oy / Nelonen
- Viinijaoston puheenjohtaja Kim Moliis, Ulkomaankaupan Agenttiliitto ry
- johtaja Satu Kangas, Viestinnän Keskusliitto.

Lisäksi kirjallisen lausunnon ovat antaneet

- kauppa- ja teollisuusministeriö
- Suomen Bensiinikauppiaitten ja Liikennepalvelualojen Liitto SBL ry
- Kioskiliitto.

HALLITUKSEN ESITYS

Esityksessä ehdotetaan muutettavaksi alkoholilakia.

Esityksen mukaan alkoholijuomien ja vähintään 1,2 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävien juomien mainonta televisiossa kiellettäisiin kello 7—21 ja elokuvateattereissa 18 vuotta nuoremmille esitettävien kuvaohjelmien yhteydessä.

Esityksen mukaan niin sanotut paljousalennukset eli useiden alkoholijuomapakkausten tai -annosten tarjoaminen alennettuun yhteiseen hintaan vähittäismyynnissä tai anniskelussa kiellettäisiin. Samoin kiellettäisiin alkoholijuomien tarjoushintojen ja niin sanottujen happy

hour -hintojen ilmoittaminen vähittäismyynti- tai anniskelupaikan ulkopuolella.

Alkoholijuomien pakkauksissa tulisi sosiaali- ja terveystieteiden ministeriön asetuksella tarkemmin säädettävällä tavalla olla yleinen varoitus tuotteen haitallisuudesta terveydelle ja erityinen varoitus tuotteen aiheuttamasta sikiövauriovaarasta.

Laki on tarkoitettu tulemaan voimaan mahdollisimman pian.

Varoitusmerkintöjä koskeva velvoite tulisi kuitenkin voimaan vuoden pituisen siirtymäajan jälkeen.

VALIOKUNNAN KANNANOTOT

Yleisperustelut

Esityksessä ehdotetaan rajoitettavaksi alkoholin mainontaa ja tarjoushintojen ilmoittamista, kiellettäväksi alkoholijuomien paljousalennukset sekä lisättäväksi alkoholijuomien pakkauksiin tuotteen haitallisuudesta kertovat varoitusmerkinnät. Toimenpiteillä pyritään tukemaan valtioneuvoston alkoholipolitiikan yleislinjauksista tehdyssä periaatepäätöksessä asetettuja tavoitteita alkoholin lasten ja nuorten hyvinvoinnille aiheuttamien haittojen vähentämisestä, riskikulutuksen vähentämisestä sekä kokonaiskulutuksen kääntämisestä laskuun. Valiokunta katsoo, että ehdotetut toimenpiteet ovat omiaan lisäämään alkoholijuomia koskevien säännösten johdonmukaisuutta.

Alkoholijuomien mainonta

Valiokunta pitää ehdotettua mainonnan rajoittamista televisiossa ja elokuvateattereissa kannattavana. Mietojen alkoholijuomien mainonta on Suomessa ollut sallittua vuodesta 1995 alkaen. Alkoholilain 33 §:n 2 momentissa on kuitenkin kielletty alaikäisiin kohdistuva mainonta. Alkoholipolitiikan yksi keskeisimmistä tavoitteista on suojata lapsia ja nuoria alkoholihaitoil-

ta. Alkoholimainonnan vaikutukset ovat vastakkaisia tälle tavoitteelle, koska mainonnalla muokataan alkoholimyönteisiä asenteita ja sillä tavoitellaan kysynnän lisäämistä.

Valiokuntakäsittelyssä on mainostajien taholta kiistetty mainonnan vaikutus alkoholin kulutukseen. Vaikka alkoholimainontaan käytettyjen eurojen määrä ja alkoholin kokonaiskulutus eivät olisikaan suorassa suhteessa toisiinsa, katsoo valiokunta eri tutkimustulosten tukevan kuitenkin sitä, että erityisesti nuoret ovat alttiita mainonnan vaikutuksille. Tästä syystä on perusteltua rajoittaa tilanteita, joissa nuoret joutuvat alkoholimainonnan kohteiksi. Erityisesti tv-mainonta tavoittaa laajan lapsi- ja nuorisoyleisön.

Ehdotetut televisio- ja elokuvateattereita koskevat rajoitukset ovat oikeansuuntaisia, mutta valiokunnan näkemyksen mukaan jatkossa on alaikäisten suojaamiseksi harkittava mainontakiellon jatkamista televisiolähetysten osalta myöhäisempään ajankohtaan kuin kello 21:een. Perusteita alkoholijuomien televisiomainonnan kieltämiseksi kokonaan olisi myös olemassa.

Perustuslakivaliokunta on kiinnittänyt huomiota lakiehdotuksen suhteeseen tuotesijoitteluun ja sponsorointiin. Tuotesijoittelu ja sponso-

rointi luokitellaan mainonta-alan käytännöissä mainonnaksi. Tuotesijoittelu voi lisäksi olla piilomainontaa, jos katsoja ei huomaa, että kyseessä on mainostarkoituksessa tehty tuotteen esittely.

Tuotesijoittelu ja sponsorointi ovat siis mainostarkoituksessa tehtyjä järjestelyjä, joissa sekä mainostaja että elokuvan tai ohjelman tuottaja tavoittelevat samaa lopputulosta kuin "varsinaisessa" mainonnassa. Tuotesijoittelusta ja sponsoroinnista sovitaan lisäksi maksua tai muuta vastiketta vastaan, joten kyse ei ole vahingosta tai sattumasta, vaan tietoisesta sopimuksesta. Kyseisiä markkinointiviestinnän muotoja voidaan käyttää tietoisesti mainontaa koskevien rajoitusten kiertämiseen.

Lakiesityksen perusteluissa todetaan edellä esitetyn vuoksi, että tuotesijoitteluun sovelletaan mainontaa ja myyninedistämistä koskevia säännöksiä. Samoin perusteluissa todetaan, että ohjelmissa esiintyviä sponsoritunnisteita on itsessään pidettävä mainontana. Sponsoritunnisteilla tarkoitetaan ohjelman alussa ja lopussa esiintyviä ilmoituksia ohjelman saamasta sponsorituesta. Tämä lähtökohta käy ilmi esimerkiksi komission ehdotuksesta televisiodirektiivin muuttamiseksi (Art. 3 h; KOM(2005) 646).

Voimassaoleva väkevien alkoholijuomien mainontakielto — kuten tupakkalainkaan mukainen tupakkatuotteiden mainontakielto — ei ole tähän mennessä estänyt televisio-ohjelmien tai elokuvien näyttämistä, vaikka mainittujen säännösten on katsottu soveltuvan tuotesijoitteluun ja sponsorointiin. Kyseessä olevat mainonnan rajoitukset eivät vallitsevan tulkintakäytännön mukaan koske lainkaan puhtaasti toimituksellisia ohjelmia, joissa voidaan jatkossakin esimerkiksi vertailla ja arvioida alkoholijuomia, eikä myöskään tilanteita, joissa alkoholijuoman tuotemerkki näkyy käyttöyhteydessään esimerkiksi draamaohjelmassa.

Lakiehdotus ei myöskään rajoittaisi esimerkiksi jääkiekko-ottelujen televisiointia, jolloin televisiossa voi näkyä alkoholijuomien tuotemerkeillä varustettuja pelipaitoja tai laitamainoksia. Vastaavalla tavalla on tupakkalain mainontakiellosta huolimatta voitu televisioida

F1-kisoja, kunhan televisioyhtiö ei ole tupakan mainostamista koskevan sopimuksen osapuoli.

Alkoholijuomien hinnoittelu ja hintamainonta

Alkoholien hinnoittelulla on merkittävä vaikutus ostopäätöksiin erityisesti niille, joiden kulutusta säätelee käyttövarojen vähyys eli tyypillisesti nuorille sekä suurelle osalle ongelmakäyttäjistä. Valiokunta pitääkin ehdotettua alkoholijuomien paljousalennusten kieltämistä kannatettavana.

Alkoholijuoman hintaa ei ole asianmukaista määritellä sen mukaan, paljonko alkoholia asiakas ostaa, ja siten houkutellessa asiakasta ostamaan samalla kertaa suurempaa määrää alkoholia. Terveyspoliittisesti oikeampaa ostokäyttäytymistä tukee hinnoittelu, jossa alkoholijuoman saa yksittäin ostettuna samalla hinnalla kuin ostettaessa useita alkoholiannoksia tai -pakkauksia. Ehdotettu rajoitus vaikuttaa erityisesti oluen hinnoitteluun ja siten juuri nuorison yleisimmin käyttämään alkoholiin.

Valiokunta huomauttaa, ettei säännös estä hinnoittelemaa esimerkiksi erikokoisia useamman olutpullon pakkauksia suhteessa toisiinsa eri tavoin, kunhan monipakkauksessa yhden pullon hinnaksi tuleva hinta ei ole alempi kuin samassa myyntipaikassa yksittäin ostetun olutpullon hinta. Säännös ei myöskään estä ravintolaa myymästä esimerkiksi yksityistilaisuuteen alkoholia ravintolan listahintaa halvemmalla, kunhan alempi hinnoittelu ei edellytä tietyn alkoholimäärän ostamista.

Hintailmoittelua koskevat rajoitukset tarkoittavat, että alkoholien tarjoushintoja voi mainostaa ainoastaan myymälässä tai anniskelupaikassa, jos tarjous on voimassa alle kaksi kuukautta. Sen sijaan hinnoittelu sinänsä on edelleen vapaata eli tarjoushinnat ja happy hour -tarjoukset ovat sallittuja, koska rajoitukset tulevat kosemaan vain hintailmoittelua. Valiokunta katsoo, että alkoholijuomien markkinoinnissa on tarpeen rajoittaa nykyisin yleisesti käytössä olevaa halvan hinnan korostamista ilmoittelussa.

Varoitusmerkinnät

Esityksessä ehdotetaan alkoholijuomapakkauksiin asetuksella tarkemmin säädettyjä varoitus-

merkintöjä tuotteen haitallisuudesta terveydelle ja sen aiheuttamasta sikiövauriovaarasta. Elin-
tarvikelain 9 §:n ja kuluttajansuojalain 2 luvun
1 §:n mukaan elintarvikkeen markkinoinnissa
tulee antaa totuudenmukaiset ja riittävät/tarpeel-
liset tiedot tuotteesta. Kuluttajan suojantarve on
erityisen korostunut silloin, kun tuote aiheuttaa
hengen tai terveyden vaaraa. Nykytilanne, jossa
alkoholin olemassa olevista terveysvaaroista ei
kerrota tuotepakkauksissa, ehdotetaan nyt kor-
jattavaksi. Valiokunta pitää varoitusmerkintö-
jen lisäämistä alkoholijuomiin niiden aiheutta-
miin haittoihin nähden kannatettavana.

Perustuslakivaliokunta on esittänyt lausun-
nossaan, että ehdotuksessa mainitun yleisen
varoituksen tulisi sääntelyn täsmällisyysvaati-
muksen vuoksi koskea alkoholin liikakäytön
haitallisuutta terveydelle. Sosiaali- ja terveysva-
liokunta pitää viittausta alkoholin "liikakäyt-
töön" ongelmallisena ja epätasällisena.

Esityksen perusteluissa mainitaan terveys-
haittoina muun muassa syövät, neuropsykiatri-
set häiriöt, sydän- ja verisuonisairaudet, sisä-
elinsairaudet, sikiövauriot, myrkytykset ja tapa-
turmat. Lisäksi perusteluissa todetaan, että eräät
terveyshaitat suurenevat suorassa suhteessa ku-
lutukseen eikä turvallista kynnyksarvoa alkoholi-
linkäytölle ole olemassa.

Tällaisessa yhteydessä olisi viestinnällisesti
hyvin kyseenalaista rajoittaa laissa varoitusmer-
kinnät koskemaan vain "liikakäyttöä". Haittojen
riippuessa osaltaan ihmisen sukupuolesta, iästä,
yleisestä terveydentilasta ja muun muassa lääki-
tyksestä, haitallista "liiallista alkoholinkäyttöä"
ei voida yksiselitteisesti edes määritellä. Lain-
säädännön täsmällisyysvaatimuksen kannalta
olennaisempaa on, että toteutettavat terveysva-
roitukset perustuvat oikeaan lääketieteelliseen
tutkimustietoon.

Valiokunta pitää tärkeänä, että uudistuksen
tullessa voimaan myös muulla viestinnällä lisä-
tään kansalaisten tiedon saantia alkoholin vaiku-
tuksista terveyteen. Sosiaali- ja terveysministe-
riön tulisi valiokunnan näkemyksen mukaan val-
mistella erityinen tiedotuskampanja alkoholin
haittavaikutuksista varoitusmerkintöjen käyt-
tönoton yhteyteen. Lisäksi alkoholijuomien

myyntipaikoissa tulisi olla varoitukset esillä,
jotta niillä vaikutettaisiin myös ostopäätöksiin.

Alkoholipolitiikan keinoista

Valiokunta toteaa, että nyt hyväksyttävät keinot
alkoholin käytön hillitsemiseksi voivat samanai-
kaisesti toteutettuna olla tukemassa pyrkimystä
vaikuttaa kansalaisten alkoholiasenteisiin ja
alkoholin käyttöön. Suomalaisilla on kansainvä-
lisesti verrattuna humalaa korostava juomiskult-
tuuri ja jopa ylisuvaitseva suhtautuminen huma-
lassa esiintymiseen myös julkisilla paikoilla.
Koska uusimmat tutkimustulokset viittaavat sii-
hen, että nuorten alkoholinkäyttö olisi jonkin
verran vähentynyt ja kielteiset asenteet erityises-
ti humalajuomiseen lisääntyneet, tulee julkisen
vallan toimenpitein voimakkaasti tukea tällaista
myönteistä kehitystä.

Nyt toteutettavista toimenpiteistä tutkimus-
ten valossa vaikuttavuutta on lähinnä hintoihin
sekä mainontaan kohdistuvalla sääntelyllä. Sen
sijaan varoitusmerkintöjen vaikuttavuus alkoho-
lin käyttöön on oletusten mukaan erittäin vähäi-
nen. Varoitusmerkinnöillä eli tiedon jakamisel-
la tuotteen yhteydessä voidaan kuitenkin tukea
muuta kulutuksen vähentämiseen tähtääviä toi-
mia lisäämällä kansalaisten tietoisuutta alkoho-
lin terveysvaikutuksista. Esimerkiksi raskauden-
aikaisen alkoholinkäytön pienikin vähennys
vähentää sikiövaurioiden riskiä ja vaikuttaa
muutoinkin syntyvän lapsen terveyteen. Tästä
syystä tiedon jakamista myös itse juomapak-
kauksessa ei voida pitää kansanterveydellisesti
merkityksettömänä.

Valiokunta korostaa kuitenkin, että kaikki
vaikuttavuustutkimukset tukevat sitä, että tehok-
kaimmin alkoholin kulutukseen voidaan vaikut-
taa alkoholin hinnalla ja saatavuudella. Alkoho-
lin hintaan voidaan julkisen vallan toimin vai-
kuttaa suuresti verotuksella. Vaikka meillä mah-
dollisuutta käyttää verotusta alkoholipolitiikan
välineenä on kaventanut Viron EU-jäsenyys,
tulisi verotuksessa olevaa pientäkin liikkuma-
varaa valiokunnan näkemyksen mukaan hyödyn-
tää. Kun vuonna 2004 toteutetun merkittävän
veronalennuksen seurauksena alkoholihaitat
ovat jopa ennakoitua suurempina toteutuneet,

pitää valiokunta tärkeänä, että alkoholijuomaveron tasoa erityisesti väkevien alkoholijuomien osalta tarkistetaan (*Valiokunnan lausumaehdotus*).

Alkoholin saatavuuteen voidaan nykytilanteessa vaikuttaa lähinnä sääntelemällä myyntiaikoja sekä valvomalla nykyistä tarkemmin oston vähimmäisikärajaa sekä anniskelua koskevia säännöksiä. Tehostetulla valvonnalla on pystytty lisäämään elinkeinonharjoittajien sosiaalista vastuuta alkoholihaittojen ehkäisyssä. Anniskelulupien myöntökäytännöillä voidaan vaikuttaa myös alkoholittomien ympäristöjen luomiseen. Valiokunta katsoo, että lupakäytännöllä tulee edistää tavoitetta pitää esimerkiksi urheilu- ja kulttuuritapahtumia sekä vastaavia myös lapsille avoimia tapahtumia kokonaan alkoholivapaina.

Valiokunta pitää terveyspolitiikan kannalta erittäin ristiriitaisena, että urheilutoimintaa, josta lapset ja nuoret ottavat ihanteita, rahoitetaan erittäin laajasti juuri alkoholin mainonnalla. Valiokunta pitääkin perusteltuna, että valtionosuuksien jaossa arvioidaan kriittisesti niiden lajiliittojen toimintaa, jotka ovat erityisen näkyvästi sitoutuneita alkoholimainontaan.

Mainonnan rajoituksilla on tutkimusten mukaan jonkin verran vaikuttavuutta. Sen sijaan valistuksen vaikutuksen on todettu olevan varsin vähäistä. Vaikka alkoholikasvatus kouluissa ja valistuskampanjat lisäävät tietoa ja erityisesti tietoisuutta haitoista, pysyvistä vaikutuksesta alkoholin käyttöön ei kuitenkaan ole näyttöä. Käytännössä asenne- ja käyttäytymismuutosten aikaansaamiseen tarvitaan monitahoista viestintää ja paitsi koulujen myös vanhempien panostusta asennekasvatukseen sekä vanhempien omaa esimerkkiä suhtautumisessa alkoholiin.

Valiokunta pitää tärkeänä, että valtioneuvoston alkoholipoliittisia linjauksia koskevaan periaatepäätökseen sisältyviä eri sektorien toimia edelleen vahvistetaan. Valiokunta korostaa, että myös päihdehuoltoon tulee lisätä panostuksia. Päihdehuollon palvelut ovat maassamme riittävämmät alkoholinkulutuksen kasvun aiheuttamaan tarpeeseen nähden. Tutkimusten mukaan alkoholinkäytön vähentämisen kannalta vaikut-

tavaa on varhainen puuttuminen riskikäyttöön. Alkoholin käyttö ja sen vaarat tulisi ottaa puheeksi kaikessa toiminnassa, erityisesti terveyspalveluissa kuten äitiysneuvoloissa, koulu- ja opiskeluterveydenhuollossa, työterveyshuollossa ja terveyskeskusten vastaanotoilla. Tällaisen mini-intervention on tutkimuksissa todettu olevan vaikuttava keino hillitä alkoholin käyttöä.

Valiokunta korostaa, että alkoholisäännösten toteutuminen tarkoitettulla tavalla edellyttää valvonnan toimivuutta. Lääninhallitusten alkoholi-valvonnan resursseista tulee huolehtia niin, että valvonnasta esimerkiksi nyt muuttuvien hintailmoittelua koskevien säännösten kohdalla muodostuu uskottava este lainsäädännön kiertämiselle.

Yksityiskohtaiset perustelut

33 §. Mainonnan sääntely. Perustuslakivaliokunta on kiinnittänyt huomiota siihen, että säännöksen sanamuodon mukaan mietojen alkoholijuomien mainonta ja myynninedistäminen olisi kiellettyä kaikenlaisen alle 18-vuotiaille sallitun kuvaohjelman julkisen esittämisen yhteydessä. Sen sijaan perustelujen mukaan tarkoitus on kieltää mainonta vain esitettäessä alle 18-vuotiailta kiellettyjä kuvaohjelmia elokuvateatterissa. Koska kuvaohjelman julkisella esittämisellä lainsäädännössä tarkoitetaan paitsi ohjelman esittämistä elokuvateatterissa myös kaikkia muita yleisölle avoimia kuvaohjelman esitystilaisuuksia ja -tapahtumia, ehdottaa sosiaali- ja terveysvaliokunta 1 a -kohdan säännöksen rajaamista siten, että se koskee vain kuvaohjelman esittämistä elokuvateatterissa. Elokuvateatterilla tässä tarkoitetaan sanan yleisen kielenkäytön merkityksen mukaisesti tilaa, jossa elinkeinotoiminnassa esitetään elokuvia ennalta määräämätömälle yleisölle.

Päätösehdotus

Edellä esitetyn perusteella sosiaali- ja terveystieteiden valtiokunta ehdottaa,

että lakiehdotus hyväksytään muutoin hallituksen esityksen mukaisena paitsi 33 § muutettuna seuraavasti (Valiokunnan muutosehdotus) ja

että hyväksytään yksi lausuma (Valiokunnan lausumaehdotus).

Valiokunnan muutosehdotus

33 §

Mainonnan sääntely

Miedon alkoholijuoman ja vähintään 1,2 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävän juoman mainonta, epäsuora mainonta ja kuluttajiin

kohdistuva muu myynninedistämistoiminta sekä sen liittäminen muun tuotteen tai palvelun mainontaan ja myynninedistämistoimintaan on kielletty, jos:

1 a) se toteutetaan televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain (744/1998) mukaisessa televisiotoiminnassa kello 7—21 tai kuvaohjelmien tarkastamisesta annetun lain (775/2000) mukaisesti 18 vuotta nuoremmille esitettäväksi sallitun kuvaohjelman elokuvateatterissa tapahtuvan julkisen esittämisen yhteydessä;

Valiokunnan lausumaehdotus

Eduskunta edellyttää, että hallitus ryhtyy toimenpiteisiin alkoholijuomaveron tason tarkistamiseksi erityisesti väkevien alkoholijuomien osalta.

Helsingissä 31 päivänä tammikuuta 2007

Asian ratkaisevaan käsittelyyn valiokunnassa ovat ottaneet osaa

pj. Valto Koski /sd
vpj. Eero Akaan-Penttilä /kok
jäsen. Sirpa Asko-Seljavaara /kok
Marjaana Koskinen /sd
Pehr Löfv /r
Riikka Moilanen-Savolainen /kesk
Aila Paloniemi /kesk
Leena Rauhala /kd

Juha Rehula /kesk
Paula Risikko /kok
Osmo Soininvaara /vihr
Tapani Tölli /kesk
Raija Vahasalo /kok
Erkki Virtanen /vas
Tuula Väättäinen /sd.

Valiokunnan sihteerinä on toiminut

valiokuntaneuvos Eila Mäkipää.

VASTALAUSE 1

Perustelut

Alkoholin kulutukseen vaikuttavat tutkimusten mukaan eniten hinta ja saatavuus. Tämän vuoksi hallituksen esityksessä ehdotetut toimenpiteet, kuten varoitusmerkinnät, ovat tehottomia ohjauskeinoja ja lisäksi kustannustehottomia. Terveysvaroituksilla ei ole tutkimusten mukaan suoraa vaikutusta kulutukseen eikä alkoholihaittoihin. Alkoholipakkauksessa olevat varoitukset ovat tehottomia myös siksi, että pakkauksen ollessa kädessä, on ostopäätös jo tehty. Valistus-toimet olisi kohdennettava varhaisempaan vaiheeseen ja väärinkäytön vähentämiseen. Lisäksi kaikki hallituksen esityksen toimenpiteet kohdistuvat lähes kokonaan mietoihin alkoholijuomiin.

Varoitusmerkinnät aiheuttavat kustannuksia kotimaiselle teollisuudelle ja maahantuojille. Erityisesti se vaikeuttaa pienien kotimaisten tuotemerkkien sekä pieniä eriä tuovien maahantuojien kilpailuasemaa. Muista EU-maista poikkeavat pakkausmerkinnät voivat myös muodostaa yhteisöoikeuden vastaisen kaupan esteen. Valmistajat joutuvat painattamaan erilaiset etiketit Suomen markkinoille tai maahantuojat joutuvat avaamaan kuljetuslaatikot, tarroittamaan pullot ja uudelleen pakkaamaan ne. Merkinnöistä aiheutuva lisätyö ja kilpailunrajoitus ovat kohtuuttomia otettaessa huomioon, että varoitusmerkintöjen tehosta ei ole näyttöä. Merkintävaatimukset keskittäisivät yhä enemmän Suomen jo keskittynyttä alkoholikauppaa, ja erityis-tuotteiden maahantuonti vähenisi.

Hallituksen esityksessä on kielletty alkoholin paljousalennukset vähittäiskaupassa ja anniskelussa. Esitys on perusteltu vähittäistavarakaupan osalta, koska olutta ei ole syytä käyttää sisäänheittotuotteena. Suuret, halvat pakkaus-koot houkuttavat myös kohtuuttoman käyttöön. Sen sijaan ravintolamyynnissä alennetulla yhteishinnalla ei ole terveyspoliittista merkitystä. Tämän vuoksi ehdotamme, että paljousalennuskielto ei koskisi ravintola-anniskelua.

Näiden muodollisten toimenpiteiden sijasta alkoholin kulutukseen tulisi vaikuttaa nostamalla väkevien alkoholijuomien alkoholiveroa vuonna 2004 toteutettua alkoholiverouudistusta edeltäneelle tasolle. Kokoomus on jättänyt asiasta lakialoitteen.

Ehdotus

Edellä olevan perusteella ehdotamme,

että lakiehdotus hyväksytään muutettuna seuraavasti (Vastalauseen muutosehdotukset):

Vastalauseen muutosehdotukset

Laki
alkoholilain muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan 8 päivänä joulukuuta 1994 annetun alkoholilain (1143/1994) 5 luvun otsikko, 33 §:n otsikko sekä

lisätään 33 §:n 2 momenttiin uusi 1 a kohta sekä lakiin uusi 33 a (*poist.*) § seuraavasti:

5 luku	yhteishintaan vähittäismyynissä (<i>poist.</i>) on kielletty. (2 mom. kuten StVM)
Mainonta, hinnoittelu ja varoitusmerkinnät	
33 § (Kuten StVM)	33 b § (<i>Poist.</i>)
33 a §	Tämä laki tulee voimaan _____ päivänä _____ kuuta 20____.
<i>Hinnoittelu ja hinnan ilmoittaminen</i>	(2 ja 3 mom <i>poist.</i>) (2 mom. kuten StVM:n 4 mom.)
Kahden tai useamman alkoholijuomapak- kauksen tai -annoksen tarjoaminen alennettuun	

Helsingissä 31 päivänä tammikuuta 2007

Eero Akaan-Penttilä /kok
Sirpa Asko-Seljavaara /kok

Paula Risikko /kok
Raija Vahasalo /kok

VASTALAUSE 2

Perustelut

Alkoholiongelmat ovat kasvaneet Suomessa huomattavasti alkoholiveron alentamisen jälkeen. Hallituksen esitys ei puutu itse ongelmaan — liian alhaiseen hintaan — vaan esittelee joukon keinoja, jotka voivat vaikuttaa näyttäviltä, mutta ovat tosiasiallisesti tehottomia. Alkoholimainonnan rajoittaminen on tarpeellinen keino. Hallitus esittää kuitenkin rajoituksia vain televisioon ja vain aikavälille 7—21 sekä kaikkina vuorokaudenaikoina elokuvaan, joita saavat katsoa alle 18-vuotiaat. Rajaus ei ole järkevä eikä oikeudenmukainen. Jos alkoholimainonta sallitaan sanomalehdissä ja raitiovaunuissa, ei ole perusteltua kieltää sitä elokuvissa. Jos kielletään alkoholimainonta klo 21:n jälkeen elokuvissa, pitää se kieltää myös televisiossa kaikissa muissakin ohjelmissa kuin vain alle 18-vuotiailla kielletyissä ohjelmissa.

Alkoholimainonnan tarkoituksena on jossakin määrin vaikuttaa eri tuotemerkkien välisiin markkinaosuuksiin, mutta ennen kaikkea lisätä herätekäyttöä. Samasta syystä tupakkamainokset sijoitettiin aikanaan bussipysäkeille eikä lähelle paikkoja, joista tupakkaa voisi ostaa. Tupakkamainonnan ensisijainen tarkoitus oli muistuttaa tupakoitsijaa siitä, että nyt on sopiva aika panna tupakaksi, ja vastaavasti olutmainoksen tehtävä on saada kuluttaja menemään jääkaapilleen ja avaamaan olutpullon. Siksi esitämme, että kaikki alkoholimainonta kielletään televisiossa. Vastaavaa syytä kieltää se elokuvissa ei ole, sillä elokuvamainoksen näkemisestä kestää

vähintään kaksi tuntia ennen kuin katsojalla on mitään mahdollisuutta reagoida herätteeseen.

Varoitukset alkoholin haitallisuudesta pullojen etiketeissä eivät tutkimusten mukaan ole erityisen tehokkaita. Suomessa ei liene ketään, joka ei olisi kuullut alkoholin haitallisista vaikutuksista. Alkoholin valmistajat eivät myöskään kiellä alkoholin haitallisuutta sikiölle toisin kuin tupakanvalmistajat, jotka pitkään kielsivät kaikki tupakan terveyshaitat. Jos Suomea varten on painettava erilaiset etiketit kuin muuta Eurooppaa varten, tulee tämä vähentämään harvinaisten viini- ja olutmerkkien myyntiä Suomessa.

Varoitusmerkintöjä on perusteltu myös sillä, että esimerkiksi viinissä olevasta rikistä on kerrottava kuluttajalle. Vertaus ontuu, sillä myös nyt on alkoholijuomaa myydessä ilmoitettava, että tuote sisältää alkoholia — jopa tarkka pitoisuus on esitettävä.

Ehdotus

Edellä olevan perusteella ehdotamme,

että lakiehdotus hyväksytään muutettuna seuraavasti (Vastalauseen muutosehdotukset):

Vastalauseen muutosehdotukset

Laki
alkoholilain muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan 8 päivänä joulukuuta 1994 annetun alkoholilain (1143/1994) 5 luvun otsikko, 33 §:n otsikko sekä

lisätään 33 §:n 2 momenttiin uusi 1 a kohta sekä lakiin uusi 33 a (*poist.*) § seuraavasti:

5 luku

Mainonta, hinnoittelu ja varoitusmerkinnät

33 §

Mainonnan sääntely

Miedon alkoholijuoman ja vähintään 1,2 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävän juoman mainonta, epäsuora mainonta ja kuluttajiin kohdistuva muu myyninedistämistoiminta sekä sen liittäminen muun tuotteen tai palvelun mainontaan ja myyninedistämistoimintaan on kielletty, jos:

1 a) se toteutetaan televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain (744/1998) mukaisessa televisiotoiminnassa (*poist.*);

33 a §
(Kuten StVM)

33 b §
(*Poist.*)

Tämä laki tulee voimaan _____ päivänä _____ kuuta 20____.
(2 ja 3 mom *poist.*)
(2 mom. kuten StVM:n 4 mom.)

Helsingissä 31 päivänä tammikuuta 2007

Osmo Soininvaara /vihr
Erkki Virtanen /vas

VASTALAUSE 3

Perustelut

Hallituksen esitys alkoholilain muuttamisesta on askel oikeaan suuntaan, mutta valitut keinot alkoholista aiheutuvien haittojen vähentämiseksi ovat riittämättömiä ja painopisteeltään vääriä. Kun on selkeästi todettavissa, että haittojen kasvu johtuu alkoholin hinnan alentumisesta, olisi alkoholiveron korottamisen tullut ohittaa nyt esitetyt toimenpiteet. Tämä tulee hyvin esiin myös valiokunnan lausumaesityksessä.

Maailman terveysjärjestön julkaiseman tutkimuksen mukaan mainonnan kieltäminen on verotuksen jälkeen tehokkain käytettävissä oleva keino, jolla alkoholihaittoja voidaan vähentää. Alkoholimainonnan rajoittamisen sijasta tehokkaampaa ja perustellumpaa olisi kieltää mainonta televisiossa kokonaan. Näin on tehty kuudessa muussa Euroopan maassa.

Alkoholinkäytön vähentämiseksi tarvitaan vahvaa panostusta ennaltaehkäiseviin toimenpiteisiin ja varhaisen puuttumisen menetelmiin. Erityistä huomiota tulisi kiinnittää alkoholin aiheuttamien sikiövaurioiden torjumiseen. Pullon kyljestä löytyvä varoitus ei riitä, ja hallituksen tulisikin pikaisesti antaa esitys raskaana olevien päihderiippuvaisten naisten pakkohoidosta. Kokonaisuudessaan maamme päihdehuollon palvelut ovat riittämättömiä verrattuna alkoholista aiheutuviin haittavaikutuksiin ja niiden hoitokustannuksiin.

Ehdotus

Edellä olevan perusteella ehdotan,

että lakiehdotus hyväksytään muutoin valiokunnan mietinnön mukaisena päätöksi 33 § muutettuna seuraavasti:

Vastalauseen muutosehdotus

33 §

Mainonnan sääntely

— — — — —
Miedon alkoholijuoman ja vähintään 1,2 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävän juoman mainonta, epäsuora mainonta ja kuluttajiin kohdistuva muu myynninedistämistoiminta sekä sen liittäminen muun tuotteen tai palvelun mainontaan ja myynninedistämistoimintaan on kielletty, jos:

— — — — —
1 a) se toteutetaan televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain (744/1998) mukaisessa televisioinnassa (*poist.*) tai kuvaohjelmien tarkastamisesta annetun lain (775/2000) mukaisesti 18 vuotta nuoremmille esitettäväksi sallitun kuvaohjelman elokuvateatterissa tapahtuvan julkisen esittämisen yhteydessä;
— — — — —

Helsingissä 31 päivänä tammikuuta 2007

Leena Rauhala /kd

