

Sosiaali- ja terveysvaliokunta
stv@eduskunta.fi

HE 131/2025 vp. alkoholilain muuttamisesta

Medialiitto lausui sosiaali- ja terveysvaliokunnan asiantuntijakuulemiseen 12.11.2025 keskittyen hallituksen esityksen alkoholijuomien markkinointisääntöön (50 §).

Tämän jälkeen talousvaliokunta ja perustuslakivaliokunta ovat antaneet esityksestä lausuntonsa (TaVL 43/2025 vp, PeVL 1/2026 vp) ja eduskunta hyväksynyt joulukuussa uuden rahapelilain (HE 16/2025 vp), jossa on oma luku markkinointisääntelystä. Näihin pe-rehdyttyään Medialiitto haluaa vielä nostaa muutaman viestin valiokunnan tietoon hallituksen esityksen käsittelyn jatkuttua kevätistuntokaudella.

1. Medialiitto toivoo, että alkoholilain muutosesityksen markkinointisääntelyä täydennettäisiin **edistämään reilua kilpailua niin, että alkoholijuomien markkinointi sallittaisiin kotimaisessa vastuullisessa mediassa yhtäläisin ehdoin kuin kansainvälisillä verkkoalustoillakin**. Näin on tehty uudessa rahapelilaissa, joissa markkinointisäännökset noudattavat hallitusohjelmakirjausta reilun kilpailun edistämisestä mediakentällä ja digitaalisessa mainosmarkkinassa kansainvälisten alustajättien asema huomioiden.

Myös talousvaliokunta on alkoholilain muutosesityksestä lausueessaan pitänyt tasapuolisten kilpailuedellytysten kannalta epäjohdonmukaisena, että kotimaisessa tv- ja radiomediassa väkevän alkoholijuoman markkinointi olisi jatkossakin kiellettyä ja että mietojenkin alkoholijuomien markkinoinnissa olisi kattavia aikarajoituksia, samalla kun markkinoinnin sallittavuutta muissa kanavissa laajennetaan. Talousvaliokunta on nähnyt tärkeänä seurata ja arvioida kattavasti markkinoinnin sääntelyn vaikutuksia ja vaihtoehtoja tulevien alkoholilainsäädännön uudistusten yhteydessä.

2. Alkoholilain muutosesitys ei ole myöskään johdonmukainen rahapelilain kanssa alaikäisten suojeluun ja haittojen vähentämistavoitteisiin liittyen. Hallituksen esityksessä sallitaan alkoholijuomien markkinointi verkossa, myös kumppanuus- ja vaikuttajamarkkinointina, kun taas rahapelilaissa **kumppanuus- ja vaikuttajamarkkinointi on todettu yhdeksi haitallisimmaksi markkinoinnin muodoksi ja siten kielletyksi**. Tähän liittyen myös perustuslakivaliokunta on alkoholilain esitykseen antamassa lausunnossa todennut,

että valtioneuvoston on syytä seurata ehdotettujen muutosten vaikutuksia väestön terveyteen ja erityisesti perheisiin ja lapsiin ja viitannut tältä osin valio-
kunnan aikaisempaan lausuntoon (ks. myös PeVL 58/2024 vp, kappale 4),
jossa hallituksen edellytetään huolehtivan siitä, ettei alkoholilakiin toteutetta-
vat muutokset vaikuta kohtuuttomasti perheiden mahdollisuuksiin turvata
lapsen hyvinvointi.

3. Nyt vuosikymmenen voimassa ollutta mainonnan kellonaikarajasäännöstä perusteltiin tuolloisessa lakiuudistuksessa audiovisuaalisen mainonnan erityi-
sellä vaikuttavuudella lapsiin ja nuoriin useimpiin muihin viestintämuotoihin
verrattuna (PeVL 54/2006). Tämä perustelu ei vastaa enää nykyisen digitaali-
sen toimintaympäristön todellisuutta. Tutkimusten mukaan nuoret eivät enää
juurikaan seuraa lineaarisia televisio- ja radiokanavia, vaan hankkivat sisäl-
tönsä verkkoympäristöstä, erityisesti sosiaalisen median alustojen kautta ja
influenssereita seuraamalla. Lineaarisiiin kanaviin kohdistuvat kellonaikarajoi-
tukset ovat omiaan siirtämään mainontaa kotimaisesta mediasta kansainväli-
sille verkkoalustoille, joissa alkoholimainoksia voi esitetyn sääntelynkin puit-
teissa näyttää mihin vuorokaudenaikaan tahansa myös suomalaisille kulutta-
jille.
4. Alkoholilain muutosesityksessä olisikin tärkeä noudattaa johdonmukaisesti
uuden rahapelilain markkinointisäännösten linjaa, jossa edistetään tasapuo-
lista kilpailua ja siten kotimaisen riippumattoman median toimintaedellytyksiä
ja moniäänisyyttä ja samalla pidetään kiinni tavoitteista suojata lapsia ja nuo-
ria sekä markkinoitavien tuotteiden haavoittuvia kohderyhmiä.

Medialiitto ry

Jukka Holmberg
toimitusjohtaja

Riikka Tähtivuori
edunvalvontajohtaja

Medialiitto on media-alan ja graafisen teollisuuden yritysten edunvalvontajärjestö. Jä-
senjärjestömme ovat Aikakausmedia, Graafinen Teollisuus, RadioMedia, Suomen Kus-
tannusyhdistys ja Uutismedian liitto. Yhdessä edustamme noin 600:aa yritystä uutis-
median, aikakausmedian, kirjojen ja oppimateriaalin kustantamisen sekä painamisen,
radio- ja tv-toiminnan ja jakelun alueilla. Jäsenyritykset työllistävät Suomessa suoraan
noin 20 000 henkilöä, ja liiton edustamien toimialojen yhteenlaskettu liikevaihto on
noin 3,1 miljardia euroa.