

Lausunto luonnoksesta hallituksen esitykseksi laiksi alkoholilain muuttamisesta (HE 173/2024 vp, muutetut ja uudet kohdat)

Lausunnon antaja: Ilkka Sirén, viiniasiantuntija, vaikuttaja, toimittaja

Kiitän mahdollisuudesta lausua hallituksen esitysluonnoksesta alkoholilain muuttamiseksi. Haluan lausunnossani ottaa kantaa erityisesti luonnoksen kohtaan, jossa ehdotetaan alkoholijuomien vaikuttajamarkkinoinnin kieltämistä kokonaan. Olen toiminut täysipäiväisesti viinivaikuttajana sekä toimittajana yli 15 vuoden ajan.

Esitetty täyskielto vaikuttajamarkkinointiin kohdistuisi erityisesti sosiaaliseen mediaan ja muuhun digitaaliseen viestintään, jossa suuri osa alkoholiaiheisesta ja alkoholia sivuavasta sisällöstä nykyään julkaistaan. Vaikuttajien tuottama sisältö on tänä päivänä monimuotoista: journalistista, koulutuksellista, viihteellistä ja kaupallista, mutta se on aina suunnattu täysi-ikäiselle yleisölle.

Vaikuttajan työ on monelle tuntemattomampi kuin perinteiset media-ammattit, ja siksi työnkuvaa on syytä avata. Tyypillinen vaikuttaja on yksityisyrittäjä, joka tekee kaiken itse. Työhön kuuluu esimerkiksi sisällön suunnittelua ja toteutusta, viestintää, konsultointia, tiedonhankintaa, yhteistyötä maahantuoja ja tuottajien kanssa sekä usein myös maatalouden tuntemusta. Viinialalla vaikuttajat vierailevat usein viinitiloilla, mukaan lukien kotimaiset marja- ja viljatilat, ja viestivät niiden toiminnasta yleisölle.

Alkoholiaiheista viestintää esiintyy esimerkiksi ruokaresepteissä, ruoka- ja juomasuosituksissa, koti- ja ulkomaanmatkailuun liittyvissä sisällöissä sekä kulttuurisissa ja historiallisissa konteksteissa. Ehdotettu sääntely ei tee eroa näiden lukuisten erilaisten sisältömuotojen välillä, vaan rinnastaa kaiken alkoholiaiheisen vaikuttajaviestinnän suoraan kaupalliseen markkinointiin.

Esitetty kielto ei myöskään perustu hallitusohjelmaan, sillä siinä tavoitteeksi on kirjattu alaikäisten altistumisen estäminen digitaalisessa alkoholimainonnassa. Nykyisellään esitys on siis ristiriitainen

hallitusohjelman kanssa, koska se haluaa rajoittaa myös aikuisille suunnattua vastuullista viestintää.

On tärkeää huomata, että suurimmat sosiaalisen median alustat – kuten YouTube ja Instagram – tarjoavat sisällöntuottajille valmiit työkalut estää alaikäisten pääsy vaikuttajan sisältöön. Näitä työkaluja hyödynnetään jo nyt laajasti vastuullisessa sisällöntuotannossa. Ehdotettu kiello ei ota huomioon näitä olemassa olevia teknologisia ratkaisuja, jotka mahdollistavat vastuullisen sisällön tehokkaan kohdentamisen täysikäisille.

Tällainen kiello olisi paitsi suhteeton, myös käytännössä vaikeasti valvottava ja tulkinaltaan ongelmallinen. Lisäksi se ei suinkaan parantaisi kuluttajansuojaa – vaan pikemminkin se heikentäisi sitä. Jos avoin ja vastuullinen kotimainen sisältö kielletään, siirtyy osa alkoholiaiheisesta viestinnästä ulkomaisille toimijoille tai epävirallisille alustoille, joihin suomalainen sääntely ei ulotu. Samalla on huomioitava murros viestinnän alalla: se, mitä ennen julkaistiin pääosin perinteisessä mediassa, julkaistaan nykyään sosiaalisessa mediassa ja vaikuttajaviestinnässä. Uutuudet, ajankohtaiset aiheet ja ruokakulttuurin ilmiöt leviävät vaikuttajien kautta.

Vastuullinen alkoholiviestintä on tärkeä osa avointa ja kestävää juomakulttuuria. Se on osa ratkaisua, ei osa ongelmaa. Pyydän siksi, että vaikuttajamarkkinointia koskeva kiello poistetaan esityksen jatkovalmistelusta.

Tämä lausunto on laadittu omissa nimissäni, mutta sen takana seisoo iso joukko suomalaisia sisällöntuotannon ammattilaisia. Kerromme mielellämme lisää alan käytännöistä ja vastaamme kysymyksiin.

Kunnioittavasti,

Ilkka Sirén

Viiniasiantuntija ja vaikuttaja

ilkka.siren@gmail.com

Puh. +358 400 276 789