

Asia: VN/1531/2024

Lausuntopyyntö luonnoksesta hallituksen esitykseksi eduskunnalle laiksi alkoholilain muuttamisesta (alkoholijuoman toimittaminen, etämyynti ja markkinointi)

Lausunnonantajan lausunto

Voitte kirjoittaa lausuntonne alla olevaan tekstikenttään

WTD Media Oy:n puolesta kiitän mahdollisuudesta lausua hallituksen esitysluonnoksesta alkoholilain muuttamiseksi vaikuttajamarkkinoinnin osalta.

WTD Media Oy toimii vaikuttajamarkkinoinnin parissa ja yrityksellä on myös suunnitteilla omien juomatuotteiden valmistus-, maahantuonti- ja jälleenmyyntiliiketoimintaa. Yrityksen toimitusjohtaja Natalia Salmela tunnetaan sekä ruoka- ja viestintäalan yrittäjänä, että somevaikuttajana ja digitaalisen markkinoinnin asiantuntijana.

Luonnoksen vaikuttajamarkkinoinnin kieltoa koskeva osuus on ongelmallinen ennen kaikkea siitä syystä, että kiellon toteuttamiseksi ja valvomiseksi pitäisi määritellä kuka on 'vaikuttaja' ja mikä on 'somekanava'. Nykytiedolla tämä on erittäin hankalaa ja tapauskohtaista.

Sosiaalisen median vaikuttajana voi toimia kuka tahansa. Vaikuttajiksi luetaan niin juoma- ja ruoka-alan asiantuntijat, poliitikot, lifestyle-vaikuttajat kuin kuulumisiaan päivittävät koululaiset. Vaikuttajan määritelmäksi ei ole tällä hetkellä olemassa numeerista tapaa, tavoiteltua liiketoiminnan suuruutta tai edes julkisen kanavan vaatimusta. Kuka vain voi ostaa Meta-alustalla todennetun käyttäjän Verification-tunnuksen ja toisaalta kuka vain voi omalla ilmoituksella irtisanoutua vaikuttajan tittelistä ja identifioitua yrittäjäksi, mediakasvoksi tai asiantuntijaksi. Kanavien osalta on hankalaa määrittää vaikuttajan toimintaympäristö. Vaikuttajat voivat päivittää maksumuurin taakse, Whatsapp-ryhmään, live-striimeihin, katoaviin storyihin tai viraaliksi leviäviin videoalustoihin. Somekanavia syntyy jatkuvasti uusia ja myös vakiintuneiden kanavien käyttötavat ja -ominaisuudet muuttuvat. Näin ollen vaikuttajamarkkinoinnin kieltoa olisi erittäin hankalaa soveltaa ja valvoa.

Tänä päivänä henkilöbrändit ovat usein myös tuotebrändejä. Erityisesti vaikuttaja-alalla moni vaikuttaja luo sisältöä nimimerkin tai yrityksen tunnuksen alla. Esityksessä sallitaan alkoholimainonta brändien omilla sosiaalisen median tileillä. Mikäli vaikuttaja perustaa alkoholibrändin, niin esityksen mukaan markkinointi olisi sallittua. Toisaalta alkoholiyrityksen johtaja voi olla erittäin seurattu somessa, mikä tekee hänestä vaikuttajan ja näin ollen kieltäisi oman yrityksen tuotteista puhumisen henkilökohtaisilla sometileillään.

Vaikuttajamarkkinoinnissa tärkein seikka on targetointi halutulle kohderyhmälle. Alkoholiasia sisältävässä ruoka-, matkailu-, ravintola- ja tapahtumasisällössä haluttu kohderyhmä on luonnollisesti täysikäiset. Kaupallista alkoholisisältöä luodaan ennen kaikkea ostavalle, potentiaaliselle asiakassegmentille, jolloin sisällön laatu puhuttelee aikuisia. Alaikäisiä ja aikuisia puhuttelevalla sisällöllä on selkeä ero, eivätkä nämä ryhmät seuraa pääsääntöisesti samoja vaikuttajia.

Internet-maailmassa sisältö ei katso maan rajoja, vaan sisältö on lähtökohtaisesti tehty leviäväksi. Kansainvälisten vaikuttajien sisällöt näkyvät myös Suomessa, eikä näihin sisältöihin päde suomalaiset mainonnan merkitsemisen ohjeistukset tai alkoholimarkkinoinnin rajoitukset. Esityksen vaikuttajamarkkinoinnin kieltäminen poistaisi siis vain Suomesta käsin toimivien vaikuttajien ja alan yritysten sisällöt. Tällöin kanavien ainoa näkyvä alkoholisisältö olisi täysin valvomatonta.

Alkoholimainonta on suomalaisessa vaikuttajamarkkinoinnissa tällä hetkellä hyvin säänneltyä ja valvottua. Kaupallisia yhteistöitä toteuttaessa mainoksen tilaajalla on vastuu tarkistaa vaikuttajan yleisön demografia. Lisäksi vaikuttajamainonnassa on kiellettyä osallistua yleisö kommentoimaan alkoholiin liittyviä asioita tai esittää alkoholiin liittyviä positiivisia mielleyhtymiä tai seikkoja. Kilpailut, arvonnat ja muut pelilliset markkinointitavat ovat kielletty. Mainoksen toteuttajalla on vastuu moderoida kommenttiboksia ja poistaa alkoholiin liittyvät kommentit.

Ehdotetaan vaikuttajamarkkinoinnin osuuden poistamista esityksestä.

Natalia Salmela, yrittäjä

Vaikuttajamarkkinoinnin asiantuntija

WTD Media Oy

Salmela Natalia
WTD Media Oy