

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

LAUSUNTOPYYNTÖ LUONNOKSESTA HALLITUKSEN ESITYKSEKSI EDUSKUNNALLE LAIKSI
ALKOHOLILAIN MUUTTAMISESTA (MARKKINOINTI)

Astra Wines oy kiittää mahdollisuudesta antaa lausunto alkoholijuomien markkinointia koskevaan luonnokseen alkoholilain muuttamisesta. Astra Wines oy ottaa kantaa ainoastaan vaikuttajamarkkinoinnin täyskieltoa koskevaan kohtaan.

Astra Wines on perheomisteinen viininmaahantuoja, joka on erikoistunut keskikokoisiin ja isoihin perheomisteisiin viinintuottajien viinien edustamiseen ja maahantuontiin. Astra Wines oy vastustaa alkoholin vaikuttajamarkkinoinnin täyskieltoa.

Vaikuttajamarkkinoinnin hyödyt

Vaikuttajamarkkinointi on erittäin kustannustehokasta. Vaikuttajamarkkinointi mahdollistaa pienillekin maahantuojille ja alkoholituottajille tehokkaan markkinoinnin ilman sitoutumista tuhansien tai kymmenien tuhansien markkinointikampanjoihin. Vaikuttajamarkkinointi myös mahdollistaa tehokkaan kohdentamisen vaikuttajien kautta ja vaikuttajat yleensä tekevät sisältönsä omilla ehdoillaan tuoden uusia näkökulmia tuotteisiin ja brändeihin. Vaikuttajat toimivat alustoilla, joissa pystytään rajoittamaan sisällön näkymistä alaikäisille ja alkoholialan toimijoilla on taloudellinen intressi kohdentaa mainontaa ostovoimaiselle aikuisyleisölle.

Etenkin alkoholinmaahantuonnissa tuottajat antavat yleensä markkinointibudjetin maahantuojille perustuen esimerkiksi ostoihin. Alkon valikoimassa on erittäin paljon pienempiä tai keskikokoisia

viinintuottajia, jotka eivät normaalisti toimi vähittäiskaupassa. Kyseisillä tuottajilla markkinointibudjetit ovat varsin pieniä ja niillä ei välttämättä pysty tekemään kattavia printti- tai digitaalisia markkinointikampanjoita.

Perinteisten mediatalojen palveluiden ulkopuolella on erilaiset digitaaliset markkinointikanavat. Google on kieltänyt alkoholimarkkinoinnin omissa kanavissaan ja Tiktok rajoittanut hyvin paljon. Isoista kansainvälisistä toimijoista META sallii alkoholimainonnan, kuten myös suomalaiset mediatalot. Pienelle tuottajalle ja maahantuojalle vaikuttajamarkkinointi voi olla ainoa tapa tehdä vaikuttavaa markkinointia orgaanisen sisällöntuotannon lisäksi.

Kustannustehokkuutta lisää se, että yrityksen ei tarvitse itse olla aktiivinen sisällöntuottaja kaikissa mahdollisissa sosiaalisen median kanavissa. Viinin tapauksessa tuotteet ovat myös Alkon valikoimassa, joka tehostaa myös mainontaa ja ohjaa kuluttajan Alkon myyntikanaviin.

Täyskiellon ongelmakohdat

Isoin ongelmakohta on vaikuttajan määrittely. KKVn mukaan ”Harrastajavaikuttajalla tarkoitetaan kuluttajaa, jolle sisällön tuottaminen sosiaaliseen mediaan on satunnaista harrastustoimintaa eikä elinkeinotoimintaa.” Kyseinen kohta voidaan tulkita, että kaikki aktiivisesti sosiaalisen mediaa käyttävät ovat harrastajavaikuttajia.

Vaikuttaja voi olla kuka tahansa. Toimittaja, poliitikko, eläkeläinen, maanviljelijä, putkimies, näyttelijä, insinööri, juristi tai lääkäri. Eduskunnassa istuu useampi kansanedustaja, jotka on valittu sinne sosiaalisen median vaikuttajina ja siellä saadun tunnettavuuden kautta.

Vaikuttajamarkkinoinnin kieltö myös kaventaa alkoholialan toimijoiden sanan- ja ilmaisunvapautta. Panimon tai maahantuojan työntekijä tai omistaja voidaan nähdä vaikuttajana, joka tuo esille omia tuotteitaan yrityksen ja omissa sosiaalisen median kanavissa. Käytännössä kieltö voisi estää heiltä alkoholikeskustelun ja heikentää suoraan heidän mahdollisuuksiaan puhua työstään ja elinkeinostaan tai antaa edustamiaan tuotteitaan lahjoina ilman että se olisi tulkittavissa kaupalliseksi yhteistyöksi.

Vaikuttajamarkkinoinnin kieltö vaikuttaa myös erilaisiin tapahtumiin ja käytännössä estää pr-tilaisuuksien järjestämisen toimittajille. Monet ruoka- ja viinitoimittajat ovat harrastajavaikuttajia ja jakavat aktiivisesti työstään omissa kanavissaan. Suomen pienen mediakentän koon takia pr-tilaisuuksiin kutsutaan lisäksi sosiaalisen median vaikuttajia, koska heillä on useasti laajempi ja spesifimpi yleisö kuin perinteisillä toimittajilla.

Täyskieltö vaikuttaa myös alkoholitapahtumien, kuten viinimessujen ja oluttapahtumien, järjestämisestä ja markkinoinnista vaikeampaa. Kyseiset tapahtumat ovat tärkeitä markkinointitapahtumia erityisesti panimoille ja viinimaahantuojille ja lähes kaikissa tapahtumissa on yleisöltä suljettu ammattilaistilaisuus toimittajille, vaikuttajille ja muilla ammattilaisille. Ne ovat tärkeä osa alkoholitapahtumia. Onnistunut pr-tilaisuus osana tapahtumaa voi olla taloudellisesti merkittävämpi kuin tapahtuman kuluttajaosuus ja voi olla jopa kriittinen tekijä yritykselle tapahtumaan osallistumiselle. Ne ovat myös hyvä väylä tuoda esille uutuuksia ja vaikuttajat ovat tärkeä osa uusien tuotteiden markkinointia.

Vaikuttajamarkkinoinninkielto tekee tapahtumien markkinoinnin hyvin haastavaksi. Osa tapahtumista on hyvin vahvasti henkilöitynyt eri juoma-alan vaikuttajien ympärille. Tapahtumat ovat tärkeä osa yleistä alkoholiviestintää, jossa kuluttajat pääsevät maistelemaan erilaisia juomatyylejä erilaisilta tuottajilta ympäri maailmaa. Tapahtumat voivat rohkaista ihmisiä ostamaan arvokkaampia ja laadukkaampia juomia ja kuluttamaan niitä kohtuudella.

Täyskielto ei koske ulkomailla toimivia alkoholi- ja vaikuttajabrändejä, joka kaventaa kotimaisten toimijoiden mahdollisuuksia toimia ja heikentää kilpailua. Toinen merkittävästi kilpailua heikentävä tekijä on se, että se rajaa markkinointitapoja huomattavasti. Tehokkaan ja edullisen markkinointitavan täyskielto vie mahdollisuuksia pieniltä tuottajilta ja maahantuojilta markkinoida tuotteitaan ja vahvistaa isojen toimijoiden asemaa markkinalla.

Kyseinen kielto vahvistaisi kansainvälisten alkoholibrändien asemaa Suomen markkinoilla ja heikentäisi kotimaisten toimijoiden mahdollisuuksia toimia. Se samalla kaventaa merkittävistä suomalaisten sanan- ja ilmaisunvapautta.

Lopuksi

Astra Wines ehdottaa vaikuttajamarkkinoinnin täyskiellon poistamista lakiesityksestä. Toimenpide on suhteeton ja kohtuuton toimenpide tilanteessa, jossa ollaan jo vapauttamassa väkevien alkoholien markkinointia. Se on samoin kohtuuton pieniä ja keskisuuria toimijoita kohtaan markkinassa, jossa on rajoitettu jälleenmyyntiä voimakkaasti.

Astra Wines toivoo, että KKV ja Valvira yhdessä alan alkoholialantoimijoiden ja vaikuttajien kanssa tekevät tarkan ja kattavan ohjeistuksen alkoholin vaikuttajamarkkinoinnista perustuen nykyiseen lainsäädäntöön.

Petteri Lohivesi

Tuotepäällikkö

Astra Wines oy

Lohivesi Petteri
Astra Wines