

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**

Radiomedia kiittää ministeriötä tilaisuudesta lausua näkemyksensä luonnoksesta hallituksen esitykseksi eduskunnalle laiksi alkoholilain muuttamisesta (alkoholijuoman toimittaminen, etämyynti ja markkinointi). Toteamme luonnoksesta seuraavaa:

1. Uudistuksessa tulisi huomioida hallitusohjelmatavoitteet tasapuolisesta kilpailusta mainosmarkkinoilla

Hallitus on ohjelmassaan sitoutunut edistämään reilua kilpailua mediakentällä ja digitaalisessa mainosmarkkinassa huomioiden kansainvälisten alustajajättien aseman, ja tavoitetta on noudatettu mm. uuden rahapelijärjestelmän markkinointisääntelyssä. Uudistetun alkoholilain luonnoksessa nyt esitetyt markkinointisäännöt ovat ristiriidassa edellä mainittujen tavoitteiden kanssa. Niissä vapautetaan väkevien alkoholijuomien markkinointia verkkoalustoilla samalla kun esitetään kiristystä markkinointiin kotimaisessa mediassa. Radiomedia pitää suuntaa vääränä, sillä se lisäisi epätasapainoa mainosmarkkinoilla kansainvälisten digijättien eduksi ja kotimaisen median vahingoksi.

2. Tunnin pidennys lineaarisen television ja radion mainoskieltoaikaan on perusteeton ja se tulisi poistaa

Alkoholimainonnan aikarajoituksilla pyrittiin aikoinaan vaikuttamaan erityisesti siihen, etteivät lapset ja nuoret altistuisi kyseiselle mainonnalle. Aika on kuitenkin ajanut rajoitusten ohi: tutkimusten

mukaan nuoret kuuntelevat FM-radiota vain vähän (yöaikaan kuuntelu on marginaalista), eikä radiomainonnan aikarajoitus täytä siten tarkoitustaan. Päinvastoin: radiomainonnan aikarajoitus olisi omiaan siirtämään mainokset globaalien digijättien alustoille, joissa otollisia kohderyhmiä kohdennetulle mainonnalle olisivat erityisesti lapset ja nuoret sekä alkoholia ongelmallisesti käyttävät tai riippuvuudesta kärsivät henkilöt. Sen lisäksi, että mainonta siirtyy alustoille, jossa sitä ei voida kontrolloida, rapautuu kotimaisen median rahoituspohja. Radiomedia katsoo, että 50 §:n 1 momentin 1 luetelmakohdassa esitetty radiomainonnan aikarajoitus tulisi poistaa kokonaan tasapuolisten kilpailuedellytysten takaamiseksi sen sijaan, että sitä pidennetään entisestään. Kaupallista kotimaista radiota ei ole olemassa ilman mainontaa.

Paimela Anna  
RadioMedia ry