

## ANNISKELULUVAT JA MAINONTA TYÖLLISTÄVÄT

*Uuden alkoholilain myötä sosiaali- ja terveysministeriön alaisuuteen perustettiin tuotevalvontakeskus, jolle siirtyi pääosa Alkon aikaisemmin hoitamista alkoholijuomia koskevista lupa-asioista samoin kuin Alkolle kuuluneita valvontatehtäviä. Keskus ”peri” Alkolta myös näitä asioita hoitaneen, kokeneen henkilökunnan. Tämä turvasi osaltaan sen, että tuotevalvontakeskus pääsi välittömästi liikkeelle.*

*Tuotevalvontakeskuksen ylijohtaja Ilkka Suojasalmi katsoo uuden alkoholilain olleen voimassa niin lyhyen aikaa, että sen pysyviä vaikutuksia on vielä vaikea arvioida. Mainontaa koskevien säännösten soveltaminen näyttää aiheuttavan eniten ongelmia.*

VAKAA LINJA  
ANNISKELULUPIEN  
MYÖNTÄMISESSÄ

*Vuoden alusta tuli voimaan uusi alkoholilaki, joka merkitsee syvällistä muutosta Suomen alkoholijärjestelmään. Olet keskeisellä paikalla soveltamassa uutta lakia käytäntöön. Miten alkuvuosi on mennyt? Millaisia*

*ongelmia on noussut esiin?*

– Kokemukset uudesta alkoholilasta ovat vielä kovin lyhytaikaisia, joten pysyvistä vaikutuksista ei vielä voi sanoa mitään. Anniskelulupakysymykset työllistävät meitä juuri nyt eniten, ja alkoholihallinto-osastoon, joka näitä käsittelee, kohdistuvat suurimmat paineet. Lukuisia määriä anniskelulupia samoin kuin jatkoaikalupia ja tilapäisiä lupia on myönnetty uuden alkoholilain linjaa noudattaen. Keskiolutluvan haltijat hakevat muiden alkoholijuomien anniskelulupia. Anniskelussa ollaan selvästi kulkemassa miedommista juomista väkevämpiin.

*Mikä teidän peruslinjanne on tällaisten hakijoiden suhteen?*

– Anniskelulupia valmistelevalle osaston henkilökunnalla on erittäin hyvä tuntuma kenttään, ja hakemuksia koskeva selvittelytyö on varsin perusteellista. Useimmiten entisille keskiolutluvan haltijoille myönnetään anniskelulupa, joissakin tapauksissa tietyin ehdoin tai rajoituksin. Olemme toki myös hylänneet hakemuksia, mutta pääsuunta on se, että kaikkien alkoholijuomien anniskelulupia tulee lisää.

– Lain valmistelun ja eduskuntakäsittelyn yhteydessä käytiin paljon keskustelua har-

kintamahdollisuuden käytöstä anniskelulupia myönnettäessä. Uuden lain 20. pykälä antaa mahdollisuuden alkoholipoliittiseenkin harkintaan. On kuitenkin hirvittävän vaikeata mennä määrittelemään, milloin uusi paikka on jollakin alueella liikaa sen väestömäärään tai muihin tekijöihin nähden. Jos saamme alueelta, viranomaisilta tai asukkailta, selviä viestejä tästä, meidän selvittelymme on vielä tarkempaa, ja voimme päätyä hylkäämään hakemuksen. Veroihin ja taloudelliseen rikollisuuteen liittyvät seikat tulevat myös usein esille, mikä sitten johtaa hakemuksen hylkäämiseen.

VÄHITTÄISMYYNTILUPIA  
VAIN SISÄTILOIHIN

*Uuden lain antama mahdollisuus alkoholijuomien tukkumyyntiin ja valmistukseen vaatii sekin omat lupansa. Mitä tällä alueella on tapahtumassa?*

– Alkoholilain tuotevalvontaosasto valmisteleekin tukkumyynniluvat, valmistusluvut ja verottoman alkoholin käyttöluvut, jotka ovat uusia lupa-alueita. Tässäkin on päästy hyvään alkuun, ja osasto on luonut käyttöömmme uuden lupajärjestelmän, jota toki kehittelemme

käytännön kokemusten myötä. Kokonaan uusia lupakysymyksiä, aika ongelmallisiakin, ovat erityisesti tilaviinin valmistusta ja myös sen vähittäismyyntiä koskevat luvat.

**Entä sitten vähittäismyynti? Julkinen huomio on kohdistunut eniten ns. kioskimyyntiin, josta lääninhallitusten virkamiehet antoivat alkuvuodesta kovinkin ristiriitaisia lausuntoja.**

– Ministeriö ei ehtinyt alle 4,7-prosenttisten juomien vähittäismyynnin osalta riittävän hyvään valmiuteen, ja pari kuukautta meni, ennen kuin saatiin yhtäläiset normit siitä, millä perusteella lupia tulee myöntää. Normit laadittiin yhteistyössä kaupan ja lääninhallitusten kanssa, ja nyt lääninhallituksissa pitäisi käytännön olla yhdenmukainen.

**Voisiko kuvata vähittäismyyntilupien osalta voimassa olevia määräyksiä?**

– Laki määrittelee vähittäismyynnin sallimisen toisaalta hakijan ”kelpoisuuden” ja toisaalta myyntipaikan edellytysten osalta. Hakijan tulee olla luotettava ja omata toimintaan vaadittavat edellytykset. Myyntipaikan tulee olla sijainniltaan, myyntitiloiltaan sekä toiminnaltaan asianmukainen ja myynnin tulee olla järjestetty niin, että tehokas valvonta on mahdollista. Kytkenä kioski-asetukseen purettiin laissa. Lupa vähittäismyyntiin voidaan käytännössä myöntää vain sellaiseen paikkaan, jossa myynti tapahtuu sisällä ja jonka kunnan terveystoimikunta on hyväksynyt. Näin me kytkimme ministeriön normissa vähittäismyyntipaikan hyväksymisen uuden terveystoimieläinlain toimintamalliin.

**Juomia ei siis voi myydä jonkin luokan kautta asiakkaan ulkona nautittavaksi.**

– Ei voi. Ministeriön päätös edellyttää, että asioimisen tulee tapahtua sisätiloissa.

**Edellytetäänkö vähittäismyyntipaikalta myös elintarvikkeiden myyntiä?**

– Ilman muuta myytävänä on oltava myös elintarvikkeita.

#### VIININ VALMISTUSLUPA 12 TILALLA

**Tilaviinin valmistuslupia on myönnetty jokin määrä. Miten on tilaviinien vähittäismyynti- ja anniskelulupien laita?**

– Valmistuslupia on myönnetty kaksitoista. Luvan myöntäminen on moniportainen asia, sillä myös valmistuspaikat on hyväksyttävä. Tilalla valmistettu viini voi mennä Alkon vähittäismyymälään, jonka pitäisi toimia niin, että alueellinen tilaviini pääsee myyntiin. Viini voi mennä myös anniskeluun johonkin paikkakunnan ravintolaan, tai tilaviinin valmistaja voi saada luvan anniskeluun tai vähittäismyyntiin. Se, että eduskunta avasi tilaviineille oman vähittäismyyntikanavan, on vähittäismyyntinopolin kannalta iso periaatteellinen kysymys.

– Tähän on tullut joitakin hakemuksia tilaviinin vähittäismyyntiin, mutta vähittäismyyntilupia ei voida myöntää, ennen kuin sosiaaliministeriö on tehnyt päätöksen luvan myöntämisen edellytyksistä. Myynnissä tullaan varmaankin noudattamaan samoja pelisääntöjä kuin Alkon vähittäismyynnissä, toisin sanoen tulee aukioloajat, jolloin iltaisin tai viikonloppuisin ei saa myydä.

Anniskelulupia tullaan varmaan hakemaan liittyen maatilamatkailuun viiniä valmistavalla tilalla.

#### ALLE 4,7 PROSENTIN JUOMISTA EI TARJOSTUOTTEITA

**Vähittäishintojen ja anniskeluhintojen määrääminen on muuttunut uuden alkoholilain myötä. Jo eduskuntakäsittelyn aikana tuli esille kysymys alle 4,7 prosentin juomien käyttämisestä tarjoustuotteina. Laki kuitenkin antaa sosiaali- ja terveystoimieläinministeriölle oikeuden vaikuttaa hinnoittelun perusteisiin. Onko tässä mielessä luotu jotain nettelytapasäännöstä?**

– Jo ennen lain vahvistamista käytiin keskustelua siitä, että oluesta tulee artikkeli, jolla kauppa pyrkii vetämään sisään asiakkaita. Jouduimme korostamaan kaupalle lain ministeriölle suoma mahdollisuutta määrätä alkoholijuomien hinnoitteluperusteista ja ilmoittamaan, että ministeriö puuttuu asiaan, jos alle 4,7 prosentin juomista tehdään tarjoustuotteita. Valtuutus koskee sekä vähittäismyynti- ja anniskeluhintoja että tukkuhintoja. Lain vahvistamisen jälkeen keskustelua kaupan, panimoiden ja muiden valmistajien kanssa jatkettiin. Niiden tuloksena asetettiin työryhmä, jossa edellä mainittujen lisäksi oli mukana kilpailuvirasto. Se laati vaihtoehtoisia malleja siitä, miten voitaisiin menetellä, jos tällainen uhka syntyy.

– Tällä työllä oli se vaikutus, että kaupan keskusjärjestöjen edustajat ilmoittivat sosiaali- ja terveystoimieläinin kanssa

kaupan asemasta alkoholijärjestelmässä käymässä keskustelussa kaupan itse hoitavan asian niin, ettei alle 4,7 prosentin juomista muodostu kaupan sisäänvetoartikkelia. Meillä on aika valmiina ehdotukset normeiksi, kuinka vähittäismyyntihinnan tulee muodostua, mutta olemme ilmoittaneet kaupalle, ettemme tässä yhteydessä anna tällaisia normeja, kun siihen ei ole tarvetta.

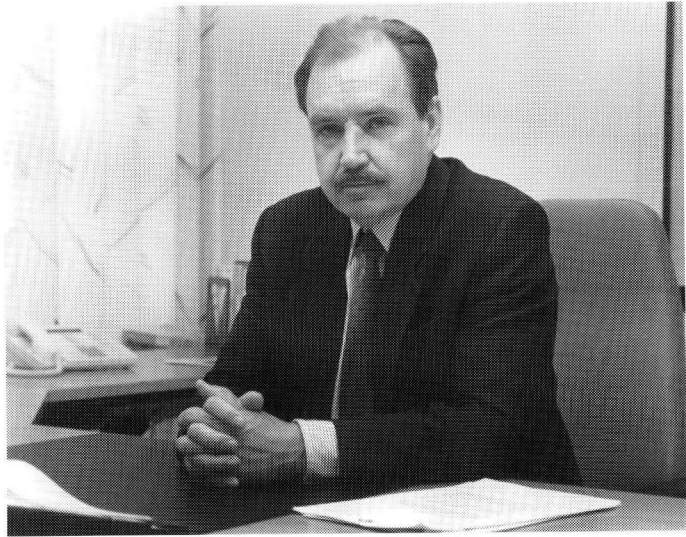
#### ONGELMALLISET MAINONTASAANNOKSET

### **Mitä uudet alkoholin mainontaa koskevat säännökset ovat tuoneet mukanaan?**

– Ne epäilykset, joita minulla oli eduskuntakäsittelyssä muotoutunutta mainontasäännöstöä kohtaan, ovat vain vahvistuneet. Säännökset työllistävät tuotevalvontakeskuksessa jo yhden juristin, ja lisähenkilökunnan tarve on aivan ilmeinen. Meiltä kysytään, meitä arvostellaan ja meille ihmetellään sitä, miten tällainen tilanne mainonnassa on syntynyt. Me tietenkin viittaamme voimassa olevaan alkoholilakiin.

– Alkoholilaki kieltää väkevien juomien mainonnan eräin poikkeuksin. Sosiaali- ja terveysministeriö on antanut päätöksen siitä, miten niitä saa mainostaa ammattijulkaisuissa, erilaisissa tilaisuuksissa, anniskelupaikoissa tai vähittäismyyntipaikoissa.

– Paljon hankalampi kysymys on luoda mietojen alkoholijuomien mainonnalle sellaiset pelisäännöt, että ne ovat kyllin selkeät ja että voidaan esimerkiksi määritellä se, mil-



Kuva: Kalerwo Koski

loin mietojen alkoholijuomien mainonta ei kohdistu nuoriin tai lapsiin. Jos esimerkiksi hyväksytään se, että sekä nuorison että vartuneempien suosimissa joukkuepeleissä pelaajien paidassa on Marlin, Olvin, Koffin tai Hartwallin mainos, se ei kuitenkaan tarkoita sitä, että Jari Litmasta voitaisiin käyttää jonkin juoman markkinamiehenä, vaan silloin syyllistytään miedon alkoholijuoman laittomaan mainostamiseen. Me joudumme luomaan erilaisia tilanteita mielessämme ja miettimään, milloin syyllistytään mainontaa koskevan lainkohdan rikkomiseen ja milloin mainonta on sallittua.

– Meiltä on valmistunut luonnos mietojen alkoholijuomien mainonnan pelisäännöiksi, ja me olemme jakaneet sitä mainostoimistoille ja juomien valmistajille, jotta niillä olisi näkemys siitä, miten arvioimme eri lainkohtia, jos joutuisimme soveltamaan niitä käytäntöön. Tarkoitus on synnyttää

opas, jossa kerrotaan, mitä mietojen alkoholijuomien mainonta voi olla ja mitä se ei voi olla.

– Mietojen alkoholijuomien mainontaa on alkanut näkyä sellaisissa yhteyksissä, joissa se ei aikaisemmin ollut mahdollista. Mutta tähän oli eduskunnan tietoinen valinta.

***Entä sitten tuotemerkkien ja oheistuotteiden avulla tapahtuva mainonta, joka tupakan osalta on jo pitkään ollut nähtävissä?***

– Tämä koskee lähinnä väkevien alkoholijuomien mainontaa ja myynnin edistämistä, jonka laki kieltää. Olemme joutuneet jo aika monta kertaa puuttumaan tapauksiin, joissa olemme havainneet käytettävän väkevän alkoholijuoman tuotemerkkiä muun tuotteen tai jonkin tapahtuman yhteydessä ja näin pyrittävän edistämään juoman markkinointia. Yhtään kertaa emme vielä ole joutuneet puuttumaan asiaan uhkasakolla.

***Luotettavat alkoholielinkeinoa koskevat tilastot luovat perustan sekä viranomaisten että tutkijoiden toiminnalle. Mikä on tämänhetkinen tilanne tilastoinnin järjestämisessä?***

– Meillä on käynnissä projekti, joka valmistelee uutta seuranta- ja tilastointijärjestelmää. Se on tarkoitus saada käyttöön ensi vuoden alusta. Tällä hetkellä käytetään hyväksi Alkon tietojärjestelmää,

mistä on sovittu myös elinkeinonelämän kanssa.

RAJOJA TURISTIALKOHOLIN  
TUONNILLE

***Millaiseksi arvioit tulevan kehityksen alkoholin kulutuksen suhteen?***

– Kyllä se tietysti askarruttaa, että kulutus on kasvamassa ja suuntautumassa väkeviin alkoholijuomiin. Meidän tulisi yrittää yhä pitää yllä vähän korkeampaa alkoholin hintatasoa kuin Ruotsissa. Lisäksi tulisi

pitää ilman muuta kiinni siitä EU-neuvottelujen antamasta mahdollisuudesta, että voimme yhdessä Ruotsin kanssa neuvotella jatkoajan rajoitetulle turistialkoholin tuonnille.

– Meidän pitäisi voida nopeasti puuttua halvan alkoholin suurimittaiseen tuontiin Venäjältä ja myös Virosta. EU olisi saatava ymmärtämään, että maamme on erittäin halvan alkoholin raja-aluetta ja että nykyittäinen tuonti on monella tavalla ongelmallista.

JORMA HENTILÄ

## VIN & SPRITIN PYÖRITYKSESSÄ

Juuri ennen kirjan ”Absolut. Historien om flaskan” (Norstedts förlag 1994) julkaisemista puhkesi ankara kiista, koska kävi ilmi, että ruotsalainen alkoholimonopoli Vin & Sprit oli yhdessä kunnianarvoisan kaupparkeakoulun kanssa yrittänyt estää kirjan julkaisemisen. Kun tämä ei onnistunut, korkeakoulun johto erotti välittömästi kirjan tekijän tehtävästään liiketoiminnan etiikan opettajana ja jatko-opiskelijana. Ilmeisesti tiedotusvälineiden osoittamasta huomiosta häiriintyneinä kaksi professoria julkaisi kiivaan syytekirjelmän, jossa mm. väitettiin, että tutkija oli rikkonut sekä tehtyä sopimusta että hyvää tutkijamoraalia vastaan ja että Absolutista kirjoitettu kir-

ja on senkaltainen skandaalikirjoitus, että se tulisi johtamaan siinä kuvattujen itsemurhaan.

Vuoden 1990 alussa minuun otti yhteyttä Norstedtin kustantamo, yksi Ruotsin vanhimpia ja kunnioitettuimpia kustantamoja, jolla on pitkät perinteet sekä kaunokirjallisuuden että tietokirjallisuuden julkaisemisessa. Kustantamo halusi saada minut kirjoittamaan kirjan ruotsalaisen menestystuotteen Absolut Vodkan markkinoinnista USA:ssa. Kustantamo esitteli minut Curt Nycanderille, Vin & Spritin vientipäälikölle ja varatoimitusjohtajalle. Syynä siihen, että minun puoleeni käännettiin, ei ollut toimintani tutkijana vaan se, että olin tuolloin juuri julkaissut

huomiota herättäneen kirjan liikemies Refaat El-Sayedin elämänvaiheista. Nycander oli innoissaan, ja hänen mielestään votkan markkinointi, jossa hän oli itse ollut osallisena, oli fantastinen juttu, joka täytyi kertoa Ruotsin kansalle.

Kevään 1990 tapaamisten aikana minä ja kustantamo teimme melkein jankuttavan tarkasti vientipäälikölle selväksi, mitä ovien avaaminen merkitsi yhtiölle: Vin & Spritillä ei olisi mahdollisuutta sensurointiin, lisäyksiin tai muuhunkaan tapaan muuttaa tekstiä. Nycanderin ei ollut vaikea hyväksyä näitä ehtoja. Hänen mielestään juuri riippumattomuuteni oli koko jutun pointti.

Omalta osaltani voin vain todeta, niin silloin kuin nykyin,