

Kuluttajaparlamentti vaatii:

Alkoholimainonta tulee kieltää kokonaan

Kuluttajaparlamentti vaatii istunnossaan 1.10.2012, että alkoholimainonta kielletään kokonaan alkoholin kulutuksen vähentämiseksi sekä terveysvalistuksen tukemiseksi

Suomessa väkevien alkoholijuomien mainonta on kielletty, kun taas mietojen alkoholijuomien mainonta on ollut tietyin rajoituksin sallittu vuodesta 1995. Alkoholimainonnan kohdistaminen lapsiin ja nuoriin on jo nyt kiellettyä, mutta käytännössä nuoriin aikuisiin kohdistettu mainonta väistämättä kohdistuu myös alle 18-vuotiaisiin lapsiin ja nuoriin. Alkoholimainonnan täyskiellolla halutaan vaikuttaa nykyiseen alkoholimyönteiseen asenneilmapiiriin sekä tukea terveysvalistuksen vaikuttavuutta. Alkoholimainonnan on todettu useissa tutkimuksissa aikaistavan nuorten alkoholikokeiluja ja lisäävän alkoholia jo käyttävien nuorten alkoholinkäyttöä.

Mainonnan tarkoituksena on lähtökohtaisesti lisätä mainostettavan tuotteen kulutusta. Alkoholituotteiden mainonta tulisi kieltää kokonaisuudessaan, sillä alkoholin kulutuksen tiedetään aiheuttavan kansanterveydellisiä ja sosiaalisia haittoja sekä näistä johtuvia yhteiskunnallisia kustannuksia. Alkoholin kulutus ja alkoholihaitat ovat lisääntyneet viime vuosikymmeninä merkittävästi.

Noin 70 prosenttia pahoinpitelyrikoksiin syyllisiksi epäillyistä on ollut alkoholin vaikutuksen alaisena. Alkoholiin liittyviä kuolemia on vuosittain yli 3 000, alkoholin ollessa työkäisten suomalaisten yleisin kuolinsyy. Alkoholin käyttö aiheuttaa Suomessa vuosittain vajaasta 4 miljardista yli 6,5 miljardiin nousevat haittakustannukset. Alkoholin mainontapolitiikan tulisikin pohjata niin sanottuun varovaisuusperiaatteeseen, joka tarkoittaa että alkoholimainontaa koskevan päätöksenteon tulisi pikemmin perustua haittojen todennäköisyyteen kuin taloudellisen hyödyn tavoitteluun.

Vuoteen 1995 asti alkoholimainonta oli Suomessa kokonaan kiellettyä. Moni maa rajoittaa alkoholimainontaa huomattavasti voimakkaammin kuin Suomi. Esimerkiksi Norjassa kaikki alkoholimainonta on kiellettyä. Ruotsissa ja Ranskassa sen sijaan on hieman eri tavoin toteutettuna järjestelmä, jossa mainonta ei ole kokonaan kielletty, mutta se hyväksytään vain poikkeuksellisesti.

Mainonnan täyskiellon vaikutuksesta kulutuksen vähenemiseen on saatu positiivisia tuloksia muun muassa tupakointia koskien. Kansainvälisen syöpäliiton (UICC) teettämän tutkimuskatsauksen mukaan tupakkamainonnan kieltäminen on johtanut tupakoinnin merkittävään vähenemiseen muun muassa Norjassa ja Suomessa.

Maamme istuva hallitus on ohjelmassaan sitoutunut rajoittamaan alkoholimainontaa kieltämällä lapsiin ja nuoriin kohdistuvan mainonnan keinot ja sellaiset mainonnan keinot, joilla annetaan kuva alkoholin sosiaalista ja seksuaalista menestystä lisäävistä vaikutuksista. Samalla hallitus haluaa tarkistaa television ja radion sallittuja mainonta-aikoja sekä tehostaa alkoholimainontasäännösten valvontaa. Kuluttajaparlamentti katsoo, että alkoholimainonnan kieltäminen kokonaisuudessaan on kuluttajien hyvinvoinnin, lain tulkinnan ja valvonnan kannalta paras ratkaisu.

Lähteet:

Markku Soikkeli 2010. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. Mitä tutkimusnäyttö kertoo alkoholimainonnan vaikutuksista lapsiin ja nuoriin. Katsausartikkeli.

Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. Alkoholiohjelman aineistot ja julkaisut. €Matti.

Sosiaali- ja terveysministeriö 2004. Alkoholipolitiikan kuluttajaopas.

Sosiaali- ja terveysministeriö 2010. Alkoholimainonnan rajoituksia selvittävän työryhmän muistio.

Ronald M. Davis 1998. UICC Globalink. The International Tobacco-Control Network. Selected documents: Report by Ronald M. Davis, M.D. F.A.I.R.

Pääministeri Jyrki Kataisen hallitusohjelma 2011.

Kuluttajaparlamentti on Kuluttajaliiton koordinoimaa valtakunnallisesti merkittävien kansalaisjärjestöjen yhteistoimintaa kuluttaja-asioiden edistämiseksi. Kuluttajaparlamentissa kansalaisjärjestöt keskustelevat, väittelevät ja tarvittaessa äänestävät keskeisistä oman alansa ajankohtaisista ja kuluttajien kannalta merkittävistä asioista. Kuluttajaparlamentin kautta poliittiset päättäjät tulevat tietoisiksi keskeisten kansalaisjärjestöjen näkemyksistä ja kannoista merkittäviin poliittisiin kysymyksiin.

Lisätietoja Kuluttajaparlamentin pääsihteerini Jenni Vainioranta, puh. 040 4198 962, jenni.vainioranta@kuluttajaliitto.fi, Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry:n pääsihteerini Juha Beurling, puh. 040 556 6421, juha.beurling@kuluttajaliitto.fi, <http://www.kuluttajaliitto.fi/kuluttajaparlamentti>

Kuluttajaparlamentin alkoholimainontaa koskeva päätös muodostettiin seuraavin äänin:

JAA: 19

EI: 5

TYHJÄÄ: 3

Järjestökohtainen äänestystulos:

JAA äänestivät:

Aivoliitto ry
Aivovammaliitto ry
Allergia- ja Astmaliitto ry
Ehkäisevä päihdetyö EHYT ry
Eläkeläiset ry
Eläkkeensaajien Keskusliitto EKL ry
Hengitysliitto Heli ry
Iholiitto ry
Kuluttajayhdistys Suomen Potilasasiamiehet ry
Mannerheimin Lastensuojeluliitto ry
Mielenterveyden keskusliitto ry
Näkövammaisten Keskusliitto ry
Omaiset mielenterveystyön tukena keskusliitto ry
Suomen Mielenterveysseura ry
Suomen Monikkoperheet ry
Suomen Parkinson-liitto ry
Suomen Potilasliitto ry
Suomen Sydänliitto ry
Svenska pensionärsförbundet rf

EI äänestivät:

Crohn ja Colitis ry
Invalidiliitto ry
Kansallinen senioriliitto ry
Suomen Diabetesliitto ry
Vailla vakinaista asuntoa ry

TYHJÄÄ äänestivät:

ASBA Asbestialtistuneiden liitto ry
Omaishoitajat ja Läheiset -Liitto ry
Suomen Kilpirauhasliitto ry