

Kun alkoholiteollisuus istuu *päättäjien* pöytään

Lobbaaminen kannattaa. Vielä kannattavampaa on hivuttautua työryhmiin, joissa lakeja laaditaan.

Alkoholin myyjien ja mainostajien edustajat ovat päässeet viime vuosina ratkaisevaan, jopa enemmistön asemaan työryhmissä, joiden tarkoitus olisi ollut valmistella esimerkiksi nuorten juomista hillitseviä lakeja.

Viimeisimpien hallitusten alkoholipolitiikka on ollut elinkeinovetoista. Panimoalan edustajien istuessa työryhmissä, voimakkaasti kasvaneet alkoholihaitat on nähty vain ”elinkeinotoiminnan ei-toivottuja sivuvaikutuksia”, toteaa työryhmiin osallistunut Marjatta Montonen artikkelissaan Yhteiskuntapolitiikka-lehdessä (73 (2008):2).

Sisäministeriö nimesi alkoholin käytön merkittäväksi uhaksi Suomen turvallisuudelle maan sisäisen turvallisuuden parantamisen ohjelmassaan 2008. Tilastokeskuksen mukaan suoraan alkoholin takia kuolee päivittäin keskimäärin noin kuusi suomalaista. Jos mukaan lasketaan vielä muut ennenaikaiset kuolemat, joissa alkoholilla on ollut osuutta, kuten onnettomuudet ja väkivalta, saadaan tulokseksi jo keskimäärin yksitoista kuolemantapausta – joka päivä. Viimeisimmät Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen (THL) päihdetilastot kertovat viinaveron kartuttavan valtion verokassaa 1,9 miljardilla, mutta samaan aikaan alkoholihaittoihin kuluu laskutavasta riippuen 3,9 – 6,9 miljardia euroa.

Synkistä lukemista huolimatta viime vuosikymmenien alkoholipolitiikka on ollut pääsääntöisesti kulutusta lisäävää. Mainonta sallittiin jo 1994, ja alkoholiveroa laskettiin reippaasti vuonna 2004. Kohutun alennuksen jälkeiset hienoiset veronnostot eivät ole nostaneet THL:n ilmoittamaa alkoholin reaalihintaa lainkaan.

Alkoholinmainonnan lakimuutokset panimoiden ja mainostajien käsissä

Hallituksen iltakoulussa marraskuussa 2005 haluttiin kääntää suomalaisten juominen laskuun ja rajoittaa alkoholin mielikuvamainontaa. Lukuisat tutkimukset osoittavat mainonnan lisäävän juotua alkoholin määrää ja juomiskertoja sekä alentava juomisen aloittamisikä. Viimeisimpänä asiasta toteaa yksiselitteisesti Euroopan alkoholi- ja terveysfoorumin tilaama asiantuntijalausunto: ”Mainonta lisää nuorten juomista”.

Siiderimainokset pyörivät yhä telkkarissa teinien parhaaseen katseluaikaan, heti iltayhdeksästä lähtien. Mitä on tapahtunut marraskuun 2005 jälkeen?

Ehdotus mainonnan rajoittamisesta pysyi pitkään hallituksen toimenpidelistalla. Kun asiaa on käsitelty ja lobattu hyvän aikaa, päätettiin vuoden 2007 alussa yllättäen, ettei suoria lakimuutoksia tehdä. Muutosten sijaan päätettiin perustaa erillinen työryhmä. Ryhmän tavoite oli selvittää ”muuta keinoja, joilla juomien mainonta saataisiin lähemmäs alkoholilainsäädännön säädösten tavoitteita”.

Ryhmän kuudesta jäsenestä neljä edustivat alkoholin myynnistä ja mainonnasta saavia tahoja. Mukana olivat Panimoliitto – edustajanaan rajoituksia vastaan ahkerasti lobannut Timo Jaatinen, MTV Oy, Markkinointiviestinnän Toimistojen liitto MTL ry sekä Viestinnän keskusliitto.

Kansanterveyden näkökulmaa edustavat ryhmän viranomaisjäsenet tekivät lukuisia uudistusehdotuksia lainsäädännön kehittämiseksi, mutta ryhmän liike-elämää edustava enemmistö äänesti toimintaansa rajoittavat uudistukset kumoon. Mahtipontisesti alkanut uudistushanke päättyi keväällä 2007 lähes koomisen niukoin tuloksin ryhmän enemmistön hyväksyessä seuraavat uudistukset: ”Alkoholimainontasäädöksiä sovelletaan alkoholipitoisiin geelien ja mehujäiden kaltaisiin uutuustuotteisiin.” ja ”Väkevien juomien epäsuoraa mainontaa koskevat säännökset tarkastetaan.”

Alkoholiteollisuus laatimassa varoitusta alkoholihaitoista

Monet muistanevat vielä muutaman vuoden takaisen lain, joka määräsi alkoholipakkauksiin tupakka-askeissa jo olevan kaltaisen varoitustekstit. Sehän oli se ”huonosti valmisteltu uudistus”, joka yllättäen peruutettiin EU:n komission vastustuksen takia. Näin ainakin tiedotusvälineissä annettiin yleisesti ymmärtää.

Todellisuudessa EU:n komissio ei koskaan kieltänyt Suomelta varoitusmerkintähanketta. Ainoa asia, jonka komissio hylkäsi, oli Suomen päättämä ensimmäinen versio varoituksen sanamuodosta. Teksti koettiin liian yleismuotoiseksi.

Ketkä tämän liian yleismuotoisen tekstin sitten olivat laatineet?

Peruspalveluministeri Paula Risikko oli nimennyt työryhmään kuusi jäsentä. Puolet heistä edusti alkoholijuomista rahansa saavia tahoja. Mukana oli myös varoitustekstejä vastaan ahkerasti lobannut Panimoliiton Timo Jaatinen. Lisäksi edustettuna olivat Elintarviketeollisuusliiton alkoholijuomateollisuusjaosto ja Ulkomaankaupan agenttiliiton viinijaosto

Ryhmään osallistuneen Montosen mukaan varoitustekstit olivat panimoalalle yksi viime vuosien suurimmista lobbaushankkeista. Näin siitä huolimatta, että alan edustajat virallisesti vakuuttivat toistuvasti epäilevänsä koko varoitustekstin tehoa. Sen lisäksi, että teksti olisi vaikuttanut juomien imagoon, se olisi rinnastanut alkoholin vahvasti tupakkatuotteisiin. Myös kuluttajasuojalaki vaatii pakkaukseen ilmoituksen, jos tuotteella on mahdollisia haittavaikutuksia – kuten purukumien laksatiiviset vaikutukset, joista on varoitus. Alkoholi on yhdistetty yli 60 eri sairauteen ja vaivaan.

Kuten varoitustekstiä laatineen työryhmä muistiosta käy ilmi, ryhmä olikin mitä erimielisin. Alkoholialan edustajat esittivät mitä merkillisimpiä syitä pienentää varoituksen kokoa ja supistaa sen sisältöä. Teollisuuden edustajat vaativat muun muassa, että tekstin koko täytyisi mitoittaa pienimpien erikoispullojen mukaan. Suuremman tekstin laittamista normaalikokoisiin pulloihin pidettiin mahdottomana, sillä se olisi antanut pienille pulloille kilpailuedun.

Lukuisten kompromissien jälkeen, vuoden 2007 lopulla, työryhmä sai vihdoinkin tekstin muotoiltua: ”VAROITUS: Alkoholi vaarantaa sikiön kehityksen ja terveytesi”. Oli etukäteen tiedossa, ettei EU:n komissio ei tule hyväksymään tämän kaltaista liian yleismuotoista varoitusta. Teksti oli kuitenkin ainoa, jonka myös alkoholiala hyväksyi.

Kun kirje komission kielteisestä kannasta tähän tekstin versioon sitten saapui 21.12.2007, ministeri Risikko päätti yllättäen kumota koko edellisen hallituksen säätämän varoitusmerkintälain. Syyksi hän esitti EU:n komission kielteisen kannan. Tämä siitä huolimatta, että komission 11.1.2008 lähettämässä toisessa kirjeessä kannustettiin tekemään uusi ehdotus ja korostettiin varoituksen tärkeyttä.

Artikkeli on pienin muutoksin julkaistu Voima-lehdessä 9/2009.

JANNE VALKEAPÄÄ

Vuosi 2010: Sama peli jatkuu

Syyskuun 2009 alussa on jälleen perustettu poliittinen työryhmä pohtimaan mahdollisuuksia rajoittaa alkoholin mainontaa. Ryhmä päättää työnsä keväällä 2010. Ministeri Risikko on jälleen nimennyt ryhmään vahvan alkoholin myyjien ja mainostajien edustuksen. Kymmenen hengen ryhmästä puolet edustaa elinkeinoelämää.

Se ettei teollisuus ole enemmistössä ei vielä takaa mitään. Esimerkiksi alkoholin varoitusmerkintöjä valmistelleen työryhmän muistiosta selviää, että lääketieteen asiantuntija Kari Poikolainen liittyi teollisuuden edustajiin vastustaessaan Ranskassa jo hyväksytyyn kaltaista varoituksen sanamuotoa, jossa raskautta suunnittelevaa kehoitetaan välttämään alkoholia. Vastustajien mukaan miehet voisivat tulkita kehotuksen itseään koskevaksi.