

**ALKOHOLIMAINONTA URHEILUTAPAHTUMISSA**

Yleistä:

Urheilun alkoholityöryhmä kehottaa liikuntajärjestöjä ja urheiluseuroja käyttämään harkintaa ja hyvää makua urheilun piirissä tapahtuvan alkoholimainonnan suhteen. Yleisesti mielletään, että urheilu ja alkoholi eivät sovi yhteen ja tätä periaatetta on syytä edelleen korostaa.

**VÄKEVÄN ALKOHOLIJUOMAN (yli 22 %) mainonta, epäsuora mainonta ja muu myyninedistämistoiminta on KIELLETTY.**

Esimerkiksi väkevälle alkoholijuomalle vakiintunutta tunnusta, kuten juoman nimeä, kutsumanimeä, tunnuskuviota jne. ei saa käyttää urheilutapahtumien mainonnassa sellaisenaan tai tapahtuman yhteydessä.

**MIEDON ALKOHOLIJUOMAN (1,2 % - 22 %) mainonta on PÄÄSÄÄNTÖISESTI SALLITTU**

Alkoholilain mietojen alkoholijuomien mainontasäännökset koskevat juomia, joissa on 1,2 % - 22 % alkoholia. Puhekielessä käytetyt nimitykset ”kotimainen pilsneri” sisältää alkoholia enintään 2,8 % ja ”keskiolut” enintään 4,7 %. Alle 22 prosentin juomiin kuuluvat mm. viinit, katkerot, eräät kotimaiset liköörit ja väkevät oluet.

**PAITSI:**

**Miedon alkoholijuoman** mainonta, epäsuora mainonta ja kuluttajiin kohdistuva muu myyninedistämistoiminta sekä sen liittäminen muun tuotteen tai palvelun mainontaan ja myyninedistämistoimintaan **on kielletty seuraavissa tapauksissa:**

**1. Se kohdistuu alaikäisiin** tai muihin henkilöihin, joille alkoholijuomaa ei saa myydä, tai siinä kuvataan tällaisia henkilöitä.

**Alaikäisten (alle 18-vuotiaiden) kilpailu- tai peliasusteissa ei saa mainostaa alkoholijuomia.**

**Urheilukilpailuissa, joissa valtaosa osallistujista tai katsojista on alaikäisiä**, ei saa olla esillä miedon alkoholijuoman tunnuksia esimerkiksi käsiohjelmissa tai muuten kilpailualueella.

Urheilijat ja urheilusuoritukset vetoavat lapsiin ja nuoriin, ja urheilijat toimivat lasten ja nuorten esikuvina, joten urheilijoiden käyttöä alkoholimainoksissa tulee varoa. Erityisesti tähtipelaajien ja huippu-urheilijoiden käyttö alkoholimainonnassa saattaa muodostua alaikäisiin kohdistuvaksi mainonnaksi ja siten alkoholilain nojalla kielletyksi.

**2. Se on hyvän tavan vastaista.**

Siinä käytetään kuluttajan kannalta sopimatonta menettelyä tai annetaan muutoin alkoholista, sen käytöstä, vaikutuksista tai muista ominaisuuksista totuuden vastaista tai harhaanjohtavaa tietoa.

Urheilijoiden käyttäminen ja urheilutilanteiden kuvaaminen alkoholimainoksissa on hyvän tavan vastaista tai sopimatonta sen vuoksi, että urheilu liitetään terveisiin elämäntapoihin, joihin taas alkoholijuomat eivät kuulu

### 3. Lisäksi Alkoholilain 33 §:n mukaisesti mainonta on kiellettyä jos:

§ siinä korostetaan alkoholijuoman alkoholipitoisuutta myönteisenä ominaisuutena

§ siinä kuvataan alkoholin runsasta käyttöä myönteisesti tai raittius tai alkoholin kohtuukäyttö kielteisesti

§ siinä luodaan kuva, että alkoholin käyttö lisää suorituskykyä tai edistää sosiaalista tai seksuaalista menestystä

§ siinä luodaan kuva, että alkoholilla on lääkinnällisiä tai terapeuttisia ominaisuuksia tai että se piristää, rauhoittaa tai on keino ristiriitojen ratkaisemiseksi

Esimerkkejä kielletystä epäsuorasta (piilo-) mainonnasta:

- kilpailun nimeksi tai veneen nimeksi ei saa ottaa nimeä, jossa on väkevän (yli 22 %) alkoholijuoman nimi tai vakiintunut tunnus (1) tai cocktail, jossa esiintyy väkevän alkoholijuoman nimi tai vakiintunut tuotenimi (2) myöskään väkevän alkoholijuoman nimen sisältävän miedon alkoholijuoman tai muun tuotteen nimi ei ole sallittu (3). Esimerkiksi: Bacardi Yacht, Johnny Walker, Vodka Cola, Gini Tonic, Bloody Mary, Black Russian, Koskenkorva Peach, Seagrams-mixer

### **SALLITTU MAINONTA**

**Miedon alkoholijuoman (1,2 % - 22 %) mainostaminen on sallittua yli 18-vuotiaille järjestetyissä urheilutapahtumissa:**

- urheilukentän laitamainoksissa  
(esim. miedon alkoholijuoman mainonta taitoluistelun MM-kilpailuissa, koska MM-kilpailut kokonaisuutena on tarkoitettu kaikille ikäryhmille)
- täysi-ikäisten urheilijoiden urheiluasusteissa ja -välineissä  
(esim. jääkiekon MM-kilpailujen pelaajat, ei kuitenkaan alaikäisten asusteissa)
- urheilutapahtuman toimitsijoiden asusteissa
- painotuotteissa  
(käsiohjelmat, osanottajaluettelot, urheilujärjestöjen jäsenlehdet jne.)  
ei kuitenkaan silloin, kun kysymyksessä on yksinomaan alaikäisten kilpailusta tai tapahtumasta.

*Lähde:*

*Suomen Liikunta ja Urheilu ry*

*Päättä Oikein – seurajohtajan käsikirja*

*[http://www.slu.fi/urheiluseuroille/julkaisut\\_ja\\_tyokalut](http://www.slu.fi/urheiluseuroille/julkaisut_ja_tyokalut)*