

16.03.2016

Alkon vuoden 2015 alkoholipoliittisten toimien arviointi



Esa Österberg

Johtava asiantuntija

Alkoholi- ja huumeet –yksikkö

Terveysosasto

Terveysten ja hyvinvoinnin laitos

Sisällysluettelo

Alkon vuoden 2015 alkoholipoliittisten toimien arviointi	3
Myymläverkosto	3
Alkon valikoima	4
Myyntinvalvonta	4
Saatavuuden säätelyn kustannukset	5
Asiointikieltosopimus	5
Vastuullisuusviestintä ja muut toimet	5
Nykyiset isot ohjelmat	6
Lopuksi	6

LIITE

Alkon alkoholipoliittiset toimet vuonna 2015	7
Johdanto	8
Alkon tehtävät ja strategia vuodelle 2015	8
Lasten seurassa -ohjelma	9
Työelämä ja alkoholihaitat -ohjelma	10
Muut yhteistyöhankkeet	11
Myyntinvalvonta	12
Alkoholittomat tuotteet konsepti	13
Alkoholi ja terveys -viestintä	13
Henkilökunnan koulutus	14
Myymlöiden sijainti, lukumäärä ja aukioloajat	14
Tuotteet ja niiden esillepano	15
Ruoka- ja juomakulttuurin edistäminen	16
Lähdeluettelo	17

Alkon vuoden 2015 alkoholipoliittisten toimien arviointi

Alkon toiminnasta annetun asetuksen (243/2000) mukaan Alkon yleisiin velvollisuuksiin kuuluu harjoittaa alkoholijuomien vähittäismyyntiä siten, että tavoitteena on alkoholin kulutuksen aiheuttamien yhteiskunnallisten, sosiaalisten ja

terveydellisten haittojen ehkäiseminen. Tämän alkoholipoliittisen tavoitteen saavuttamiseksi Alkon hallintoneuvosto vahvistaa asetuksen edellyttämän toimintasuunnitelman alkoholin kulutuksen aiheuttamien haittojen ehkäisemiseksi.

Myymäläverkosto

Osana Alkon toimintasuunnitelmaa alkoholihaittojen ehkäisemiseksi vuonna 2015 oli alkoholijuomien saatavuuden pitäminen ennallaan myymälöiden sijainnin, lukumäärän ja aukioloaikojen osalta. Myymälöiden lukumäärää ja aukioloaikoja koskevien lukujen valossa Alkon voidaan katsoa saavuttaneen tämän tavoitteensa. Vuonna 2015 sekä Alkon myymälöiden että tilauspalvelupisteiden lukumäärä väheni kahdella ja niiden määrän voidaan arvella olevan lähellä niiden optimia suhteessa nykyiseen alkoholinkulutuksen tasoon.

Alkoholin tilastoitu kulutus ja Alkon myynti ovat vähentyneet vuodesta 2007 vuoteen 2015 noin 15 prosentilla. Samaan aikaan Alkon myymälöiden lukumäärä on lisääntynyt 4 prosentilla, joten jatkossa myymälöiden määrää ja mahdollista vähentämistä on syytä tarkastella alkoholipoliittisista lähtökohdista.

Alkon myymälöiden aukioloajat pysyivät vuonna 2015

ennallaan. Alkon myymälöiden viikoittainen aukioloaika on 64 tuntia, joka on selvästi pidempi kuin Systembolagetin myymälöiden viikoittainen aukioloaika Ruotsissa (50 tuntia) ja Vinmonopoletin myymälöiden viikoittainen aukioloaika Norjassa (46 tuntia), joten myös Alkon myymälöiden aukioloaikoja olisi alkoholipoliittisista syistä mahdollista supistaa. Toisaalta Alkon tehtävänä on myös asiakkaiden palvelu, mikä puoltanee nykyisen myymälämäärän ja nykyisten aukioloaikojen säilyttämistä.

Alkon myymälöitä sijoitettaessa on viime vuosina kiinnitetty erityistä huomiota siihen, että ne sijoitetaan aiempaa tasapuolisemmin eri myymäläketjujen yhteyteen, mikä noudattaa Valtioneuvoston terveen kilpailun edistämishojelman antamia suuntaviivoja. Alkon harjoittamaa tasapuolisuuspolitiikkaa myymälöiden sijoittelussa on syytä jatkaa siitä huolimatta, että se ei myynnillisesti ole välttämättä suotuisaa.

Alkon valikoima

Alkoholittomien ja vähäalkoholisten juomien sekä pienten pakkauskokojen myynnin edistäminen on sisällytetty Alkon hallintoneuvoston toimintasuunnitelmaan alkoholin kulutuksen aiheuttamien haittojen ehkäisemiseksi. Alkoholihaittojen ehkäisemisen kannalta on merkittävää, että alkoholittomien juomien myynti Alkossa lisääntyi 95 prosenttia vuonna 2015. Alkoholittomien juomien myyntiin tilastoidaan tosin myös Alkon myymät mikserit. Alkosta saadun tiedon mukaan mikserien osuus alkoholittomien juomien myynnin määrästä on noin 10 prosenttia. Tulevaisuudessa olisi selvyden vuoksi hyvä tilastoida erikseen Alkon alkoholittomien viinien ja oluiden sekä mikserien ja vesien myynti, jotta välttyään epäselvyyksiltä ja mahdollisilta vääristä tulkinnoilta.

Alkoholittomien tuotteiden ja pienpakkausten määrä on hieman lisääntynyt viime vuosina, mutta valikoima on

edelleen erittäin pieni verrattuna alkoholipitoisten juomien valikoimaan. Alkoholittomien juomien esillepanoa on viime vuonna selvästi parannettu. Alkon alkoholittomien viinien ja oluiden tarjonta ei jää jälkeen Systembolagetin alkoholittomien juomien tarjonnasta. On kuitenkin syytä pitää silmällä markkinoiden kehitystä ja lisätä alkoholittomien juomien valikoimaa.

Pienten pakkauskokojen osalta voisi nostaa keskustelua siitä, onko taskumattien ja 5 senttilitran pullojen myynti ja niiden sijoittelu juuri ennen kassoja alkoholipoliittisesti taroituksenmukaista. Koska asiasta ei ole juurikaan tutkimusnäyttöä, voitaisiin Alkossa kerätä myymälähenkilökunnalle kertynyttä tietoa näiden juomien asiakaskunnasta ja heidän ostotavoistaan.

Myynninvalvonta

Vastuulliseen asiakaspalveluun liittyvän myynninvalvonnan tavoitteena on, ettei alkoholia myydä alaikäisille eikä selvästi päihtyneille tai häiritsevästi käyttäytyville ja ettei Alkon myymälöistä ostettuja alkoholijuomia välitetä eteenpäin alaikäisille tai päihtyneille. Alkon kassarekisteröintien mukaan ikärajatarkastusten, päihtymysepäilytarkistusten ja välittämisepäilytarkistusten määrät ovat lisääntyneet vuonna 2015 verrattuna aikaisempiin vuosiin. Määrällisesti eniten ovat lisääntyneet ikärajatarkistukset, joita vuonna 2015 tehtiin 3,7 miljoonaa kappaletta. Alle 25-vuotiailta näyttäviin nuorten ikärajan tarkastus on ollut normina Alkon myymälöissä sitten 2000-luvun alkuvuosien. Ikärajatarkastusten ja päihtymysepäilytarkistusten taso on viime vuosina ollut korkealla, joten tarkastusten määrää lienee vaikea lisätä olennaisesti.

Myös Mystery Shopping -asiointitutkimus viittaa siihen, että ikärajavalvonta toimii käytännössä Alkossa erittäin hyvin.

Nuorten asiakkaiden ikä tarkistettiin 90 prosentissa testitilanteista pyytämällä näyttämään henkilöllisyystodistus. Vuonna 2015 Mystery Shopping -tutkimukseen liittyviä ikärajatarkistuksia tehtiin 2 tai 3 myymälää kohti. Tämä taso on syytä ylläpitää tai jopa nostaa sitä.

Välittämisepäilytarkistusten määrä on lisääntynyt huomattavasti viiden viime vuoden aikana. Vuonna 2015 tarkistuksia tehtiin 311 000 kertaa. Poliisin mukaan alaikäisiltä tavatut alkoholijuomat, jotka useimmiten ovat olutta, siideriä ja long drink -juomia, ovat pääsääntöisesti peräisin suomalaisista kaupoista, eivät esimerkiksi Virosta. Alkoholijuomien välittämisen ehkäisy onkin myynninvalvonnan vaikea haaste, jota voitaneen parantaa myyjien koulutuksella. Alkon työntekijät osallistuvat vuosittain keskimäärin kolmeen ja puoleen koulutuspäivään.

Saatavuuden säätelyn kustannukset

Alkoholin saatavuuden säätely Alkon myymälöiden ja tilauspalvelupisteiden määrän sekä niiden aukioloaikojen avulla ei aiheuta suuria kustannuksia. Alkon kustannukset myyjille maksettuina palkkoina ja myymälöiden kuluina vähenevät, jos Alkon alkoholijuomien tarjontaa vähennetään vähentämällä myymälöiden lukumäärää tai niiden aukioloaikoja. Myynnin valvonta sen sijaan maksaa. Vuonna 2015 Mystery shoppingin

kustannukset olivat noin 80 000 euroa ja myynninvalvonnan viestintäkampanjoihin meni noin 250 000 euroa. Kustannukset ovat kuitenkin vähäisiä suhteutettuna siihen, että Alkon ikärajakontrolli on mitä ilmeisimmin edesauttanut ja vauhdittanut jo meneillään ollutta alaikäisten raitistumista ja alkoholinkäytön vähenemistä Suomessa 1990-luvun viimeisistä vuosista tähän päivään asti.

Asiointikieltosopimus

Asiointikieltosopimus otettiin Alkossa käyttöön pysyväksi toiminnaksi vuoden 2013 syksyllä. Vuonna 2015 asiointikieltosopimuksia tehtiin vain 10 kappaletta. Alkon tulisi vakavasti harkita, miten asiointikieltosopimuksen solmimisen mahdollisuudesta tulisi tiedottaa ja miten sitä tulisi markkinoida Alkon asiakkaille. Ei liene kenellekään yllätys, että

Alkon myyjillä on jonkinlainen, usein varsin hyvä tuntuma asiakaskunnan alkoholin käytöstä ja näköhavaintoja pitkään jatkuvan säännöllisen alkoholin käytön vaikutuksista asiakkaan terveydentilaan ja sosiaaliseen asemaan sekä siihen liittyvä huoli asiakkaiden tulevaisuudesta.

Vastuullisuusviestintä ja muut toimet

Alkoholipoliittiseen vastuullisuuteen sisältyy vahva ja jatkuva alkoholipoliittinen viestintä. Sen kohteena ovat sekä alkoholin kuluttajat että koko yhteiskunta. Alkoholi ja terveys -teemaan liittyviä esitettä jaetaan maksutta Alkon myymälöissä ja yhtiön internetsivuilla on ajantasainen alkoholi ja terveys -osio. Alko myös tuottaa alkoholijuomista sekä ruoka- ja juomakulttuurin edistämistä kertovaa tietoa sekä myymälöissä jaettavissa julkaisuissa sekä verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Yhteiskuntaan kohdistuva viestintä kattaa Lasten seurassa sekä Työelämä ja alkoholin haitat -ohjelmat. Lisäksi Alko osallistuu lukuisiin muihin yhteistyöhankkeisiin rahoittajana ja kumppanina, mikä eri tavoin tukee alkoholihaittoja ehkäi-

sevää työtä ja tietoisuutta alkoholinkulutuksen ja haittojen yhteiskunnallisen säätelyn tarpeesta.

Tarkasteltaessa Alkon alkoholipoliittisia toimia pidemmällä tähtäyksellä kiinnittyy huomio siihen, että Alkon alkoholipoliittiset toimenpiteet ovat vahvistuneet erityisesti sen jälkeen, kun vähittäismyyntimonopoli Alko vuonna 1999 irrotettiin Euroopan unioniin liittymisen yhteydessä vuonna 1995 syntyneestä Alko konsernista. Aluksi Alko osallistui isompiin hankkeisiin osarahoittajana, kuten oli asianlaita Pakka -projektissa. Myöhemmin Alko on itse ollut niiden koordinaattorina, kuten on asianlaita Lasten seurassa sekä Työelämä ja alkoholihaitat -ohjelmissa.

Nykyiset isot ohjelmat

Vuonna 2015 Alko käynnisti Työelämä ja alkoholihaitat -ohjelman, joka on edellistä Lasten seurassa -ohjelmaa haastavampi siksi, että alkoholin kulutuksesta ja alkoholihaitoista työpaikoilla tiedetään paljon vähemmän kuin alkoholista ja lapsista tai nuorista. Lasten seurassa -yhteistyötahot olivat myös varmasti helpommin löydettävissä kuin Työelämä ja alkoholihaitat -ohjelman kumppanit. Toisaalta alkoholista ja työelämästä on löydettävissä uutta tutkimatonta tietoa, joten tähän tematiikkaan kannattaa panostaa.

Suurtenkin ohjelmien kustannukset ovat pysyneet suhteellisen pieninä: Lasten seurassa sekä Työelämä ja alkoholihaitat -ohjelmien kustannukset olivat vuonna 2015 yhteensä noin 135 000. Itse asiassa monet hallintoneuvoston suunnitelmas-

sa mainitut toimet ovat hyvin edullisia. Esimerkiksi Veikko ja Lahja Hurstin laupeudentyölle annettiin 2000 euroa vähävaraisten joulun kustannuksiin eikä vuoden poliisiin valinta tai Valon kautta jaettavat stipendit tule juurikaan tätä kalliimmiksi. Kaiken kaikkiaan vuositasolla on budjetoitu noin 0,7–0,8 miljoonaa euroa niihin alkoholipoliittisiin toimiin, jotka on mainittu Alkon hallintoneuvoston toimintasuunnitelmassa alkoholin kulutuksen aiheuttamien yhteiskunnallisten, sosiaalisten ja terveydellisten haittojen ehkäisemiseksi vuonna 2015. Summa on hyvin pieni jos sitä verrataan vaikkapa siihen, että alkoholin käytöstä yhteiskunnalla, pääasiassa valtiolle ja kunnille aiheutuvat välittömät menot olivat vuonna 2015 noin 1 366 miljoonaa euroa.

Lopuksi

Alkon strategian mukaan Alkon tavoitteena on olla Suomen vastuullisin yritys kauppaa-, palvelu- ja finanssiryhmässä. Mieli- ja terveysministeriön valossa Alko on saavuttanut tavoitteensa. TNS Gallupin 18.8.–6.9.2015 toteuttamassa Yritysten Maine & Vastuullisuus -tutkimuksessa Alko sijoittui maineen osalta kaupparyhmistä tai yrityksistä ensimmäiseksi. Lisäksi Alkon ja Terveystieteiden ja hyvinvoinnin laitoksen tammikuussa 2016 toteuttaman Gallup-tutkimusten mukaan 60 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että Alkon monopoli on hyvä tapa rajoittaa alkoholihaittojen laajuutta. Saman tutkimuksen mukaan 79 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että Alko on onnistunut hyvin asiakaspalvelussaan ja 80 sitä mieltä, että Alko on onnistunut hyvin vastuutavoitteensa täyttämässä.

Tulokset kertovat siitä, että Alko on onnistunut saavuttamaan väestön lievän enemmistön tuen alkoholipoliittiselle toiminnalleen ja että Alko on kyennyt yhdistämään asiakaspalvelun vastuulliseen myyntiin kuluttajille.

Alkoholin käytön haittojen ennaltaehkäisyyn osoitettujen resurssien pienuudesta huolimatta Alkon voidaan sanoa viimeisten vuosikymmenien aikana löytäneen uuden roolin sosiaali- ja terveysministeriön johtaman alkoholipoliittisen linjan tukijana ja osin sen toteuttajana. Tämän rooliin kulmakiviä ovat alkoholijuomien saatavuutta vastuullisesti sääntelevät toimet ja tehokas myynninvalvonta, joita väestöviestintä ja yhteiskuntavaikuttaminen tukevat.

LIITE

Alkon alkoholipoliittiset toimet vuonna 2015

Johdanto

Alkoholilain (1143/1994) mukaan alkoholiyhtiöllä, Alkolla tarkoitetaan valtion kokonaan omistamaa osakeyhtiötä, jonka tehtävänä on huolehtia sille laissa yksinoikeudeksi säädetyn alkoholijuomien vähittäismyynnin harjoittamisesta. Alkon toiminnasta annetun asetuksen (243/2000) mukaan Alkon yleisiin velvollisuuksiin kuuluu harjoittaa alkoholijuomien vähittäismyyntiä siten, että tavoitteena on alkoholin kulutuksen aiheuttamien yhteiskunnallisten, sosiaalisten ja terveydellisten haittojen ehkäiseminen.

Alkon hallintoneuvosto vahvistaa asetuksen edellyttämän toimintasuunnitelman alkoholin kulutuksen aiheuttamien haittojen ehkäisemiseksi. Se myös antaa sosiaali- ja ter-

veysministeriölle alkoholilain mukaisen kertomuksen yhtiön vähittäismyynnin kehityksestä ja niistä toimista, joihin Alko on ryhtynyt alkoholilain määräysten toimeenpanemiseksi. Alkon hallitus hyväksyy yhtiön strategian, vuosittaisen toimintasuunnitelman ja budjetin sekä valvoo niiden toteuttamista.

Tässä raportissa suoritettavan Alkon vuonna 2015 toteuttamien alkoholipoliittisten toimien läpikäynnin lähtökohtana ovat Alkon hallintoneuvoston 11.12.2014 hyväksymä toimintasuunnitelma alkoholihaittojen ehkäisemiseksi vuonna 2015 sekä Alkon hallituksen hyväksymä Alkon strategia vuosiksi 2014-2016.

Alkon tehtävät ja strategia vuodelle 2015

Alkon perustehtävänä on alkoholijuomien vähittäismyynti Suomessa. Sitä toteuttaessaan Alkon on pidettävä huolta sekä alkoholin kulutuksen aiheuttamien haittojen ehkäisemisestä että Alkon asiakkaiden palvelusta. Alkon on hoidettava alkoholijuomien vähittäismyynti siten, että sekä sen asiakkaat että muut kansalaiset ovat tyytyväisiä yhtiön toimintaan.

Alkon toiminnan kivijalkana on alkoholipoliittinen vastuullisuus, jota Alkon hallintoneuvosto päätti 11.12.2014 hyväksymänsä toimintasuunnitelman mukaan edistää seuraavin toimin:

- Alkoholi ja elämäntapa -kokonaisuohjelma, joka sisältää sekä lasten seurassa -ohjelman että työelämä ja alkoholin haitat -ohjelman,
- Muut yhteistyöhankkeet,
- Myynninvalvonta,
- Alkoholittomat tuotteet -konsepti,
- Vastuullisuusviestintä ja henkilökunnan koulutus

Alkoholipoliittiseen vastuullisuuteen sisältyy vahva ja jatkuva alkoholipoliittinen viestintä. Sen kohteena ovat sekä yhteiskunta että alkoholin kuluttajat. Yhteiskuntaan kohdistuva viestintä kattaa Lasten seurassa sekä Työelämä ja alkoholin haitat -ohjelmien ohella muut yhteistyöhankkeet, joihin sisältyy Valo, Valtakunnallinen liikunta ja urheiluorganisaatio ry (Vuoden Sinettiseura/nuoret ja Vuoden urheiluseura/aikuiset ja muu väestö), Helsingin nuorkauppakamarin Vuoden poliisi, Nuorten Akatemian Mahis, alkoholiset Pakka-toiminnassa ja tutkimusyhteistyö. Kuluttajaviestintä kattaa vastuullisen asiakaspalvelun, joka pitää sisällään myynninvalvonnan, asiointikieltosopimuksen ja tuotteiden esillepanon, alkoholi ja terveys -viestinnän sekä saatavuuden pitämisen samalla tasolla myymälöiden sijainnin, lukumäärän, aukioloaikojen ja hinnan suhteen, alkoholittomat ja matala-alkoholiset tuotteet sekä pienet pakkauskoot, pidättäytymisen myynninedistämistoimenpiteistä sekä ruoka- ja juomakulttuurin edistämisen.

Lasten seurassa -ohjelma

Alkon Alkoholi- ja elämäntapa- ja kokonaisohjelma on kaksijakoinen. Lasten seurassa -ohjelmalla ja Työelämä ja alkoholin haitat -ohjelmalla on kuitenkin yhtymäkohtia kohderyhmätasolla.

Alko käynnisti maaliskuussa 2009 sosiaali- ja terveysministeriön alkoholiohjelmalla tukevan pitkäkestoisen Lasten seurassa -ohjelman, jonka tavoitteena on vähentää vanhempien ja aikuisten alkoholin käytöstä lapsille ja nuorille suoraan tai epäsuorasti aiheutuvia haittoja. Ohjelmassa lähdetään siitä, ettei ole yhtä vastausta kysymykseen, millaista on vanhempien ja aikuisten haitaton alkoholin käyttö lasten ja nuorten näkökulmasta. Vanhemmilla ja aikuisilla tulisi kuitenkin olla alkoholin käyttöön luonteva ja hallittu suhde. Lisäksi olisi tärkeää, että vanhemmat ja aikuiset suhtautuisivat kielteisesti lasten ja alaikäisten alkoholin käyttöön. Ohjelma kannustaa aikuisia ja vanhempia seuraamaan omaa alkoholin käyttöönsä, ja tarjoaa siten eväitä yksilölliseen pohdintaan.

Lasten seurassa -ohjelmassa Alkon kanssa yhteistyössä ovat A-klinikkasäätiö, Mannerheimin Lastensuojeluliitto, Suomen Vanhempainliitto ja Terveiden ja hyvinvoinnin laitos (THL). Viestintäapuna toimii Sekloyal. Ohjelmalla on myös asiantuntijaryhmä, jossa yhteistyötahojen lisäksi on edustaja sosiaali- ja terveysministeriöstä.

Vuonna 2015 Lasten seurassa -ohjelman toimia on edelleen jatkettu kohteena vanhemmat ja aikuiset sekä varhaiskasvattajat. Viestintäkanavina ovat olleet muun muassa Lastenseurassa.fi ja Facebook sekä Alkon omat kanavat. Alkon ylläpitämällä lastenseurassa.fi verkkosivustolla vieraili vuonna 2015 yhteensä 4158 henkilöä ja näistä käynneistä yli 80 prosenttia oli uusia. Sivujen Facebookissa oli vuoden lopussa yhteensä lähes 7000 tykkääjää.

Ohjelma osallistui materiaalein seitsemään paikalliseen varhaiskasvatustapahtumaan ympäri Suomen. Tampereen Varhaiskasvatustapahtumassa ohjelmalla oli oma osasto. Messuilla varhaiskasvattajat ottivat mukaansa jaossa olleita Lasten seurassa -ohjelman aineistoa sisältäviä materiaalikasseja yhteensä yli 5000 kappaletta.

A-klinikkasäätiön Lasinen lapsuus -toiminnassa Lasten seurassa -ohjelmassa tuotettu ja vuoden 2014 lopulla julkaistu filmi on ollut edelleen esillä vuonna 2015. Filmiä on katsottu Youtubessa englanniksi noin 763 000 kertaa ja suomeksi noin 76 000 kertaa. Käytössä on myös ruotsinkielinen versio. Syksyllä 2015 Lasinen lapsuus julkaisi kampanjan, jossa suomalaisilta nuorilta kysyttiin, mitä he haluaisivat sanoa vanhemmilleen näiden alkoholin käytöstä. Kanava Nuorilta vanhemmille -kampanja tuotettiin Lasten seurassa -ohjelman toimenä. A-klinikkasäätiö ja Alko jatkoivat myös

yhdessä tuotantoyhtiön kanssa suunnitelmia teatteriesityksen ja -kiertueen "Fragile Särkyvää" valmistelemiseksi.

Suomen Vanhempainliitto piti yllä tietoisuutta Lasten seurassa -ohjelman teemoista EHYT ry:n Päihdepäivillä 19.5.2015. Alkoholiaiheita käsiteltiin myös Vanhempainliiton järjestämissä koulujen kasvatusilloissa. Mannerheimin Lastensuojeluliitto sekä Terveiden ja hyvinvoinnin laitos toimivat vuonna 2015 asiantuntijaryhmässä ja antoivat tietoa omalta saraltaan ohjelman käyttöön.

Osana Lasten seurassa -ohjelmaa Alko on tukenut Itsenäisyyden juhluvuoden lasten säätiön (ITLA) Sata lasissa -tutkimusohjelmaa, jonka tavoitteena on selvittää alkoholinkäytön ylisukupolvisuutta. Tutkimus kohdistuu perheisiin, joissa alkoholin käyttö on ongelma sekä perheisiin joissa aikuiset ovat kohtuikäisiä. Tavoitteena on selvittää lapsen asemaa ja selviytymistä sekä vanhempien ja lasten vuorovaikutusta. Sata lasissa -tutkimusohjelma osallistui EHYT:n Päihdepäiville 19.5.2015 teemalla Alkoholi ja sukupolvien kohtaamiset/Lapset, nuoret ja perheet 100-vuotiaassa Suomessa. Siellä esitettiin myös valmisteilla olevaa filmiä "Siellä sitten käyttäydytään", ja Henna Pirskasen ja Jenni Simosen tutkimukset teemoiltaan Alkoholi ja sukupolvien kohtaaminen – vanhempien ja lasten alkoholinkäyttöä koskeva vuorovaikutus perheessä. ITLA oli mukana myös Porin Suomi Areenassa 14.7.2015 näytelmällä "Helmi – yksi äiti muiden joukossa" sekä äitiyteen, ylisukupolvisuuteen ja päihdeteemoihin keskittyvillä asiantuntijapuheenvuoroilla.

Alko järjesti Helsingissä yhdessä sosiaali- ja terveysministeriön kanssa 16.9.2015 kansainvälisen alkoholihaittoja koskevan Riskirajoilla-seminaarin. Seminaari kokosi yhteen suomalaisia ja kansainvälisiä asiantuntijoita liittyen sekä Lasten seurassa että Työelämä ja alkoholin haitat -ohjelmiin. Tässä seminaarissa alkoholihaittoja katsottiin neljästä näkökulmasta: Alkoholi, minä ja terveys, Alkoholi meillä ja muualla, Alkoholi on haitta muille, ja Alkoholi ja työelämä. Iltapäivän kestäneeseen seminaariin osallistui yli 100 kuulijaa.

Keskiviikkona 9.9.2015 vietettiin kansainvälistä FASD-päivää (Fetal Alcohol Spectrum Disorders). Alko osallistui päivään avaamalla myymälänsä 9.9.2015 klo 9.09. Alko halusi viestiä raittiin raskauden tärkeydestä, koska raskaudenaikainen alkoholinkäyttö on tällä hetkellä merkittävin kehitysvammaisuuden aiheuttaja länsimaissa ja ainoa, jonka aiheuttama haitta olisi täysin estettävissä. Ydinviestinä Alkon toimissa oli, että turvarajaa raskaudenaikaiselle alkoholinkäytölle ei ole, joten turvallisin vaihtoehto on luopua alkoholin käytöstä kokonaan jo raskauden suunnitteluvaiheessa. FASD-päivän asiantuntijatietoa antoi Suomen Kehitysvammaliitto.

Työelämä ja alkoholihaitat -ohjelma

Työelämä ja alkoholin haitat -ohjelma käynnistyi vuonna 2015. Asiantuntijaryhmän aloituskokous pidettiin 20.8.2015. Ohjelman kohderyhmänä ovat työssä käyvät ja eläkkeelle siirtyvät. Ohjelman ensimmäisenä tavoitteena on kiinnittää huomiota siihen, että työssä olevien ja eläkkeelle siirtyvien alkoholinkäytön lisääntyminen tunnustetaan ja tunnustetaan yhteiskunnassa ja kannustetaan pohtimaan alkoholinkäyttöä ja sen vaikutuksia työhyvinvointiin, työturvallisuuteen ja tuottavuuteen. Toisena tavoitteena on lisätä tietoa alkoholin ja säännöllisen lääkeyhdistelmän yhteisvaikutuksista iäkkäiden hyvinvointiin ja elämänlaatuun. Ohjelmassa kerätään, yhdistetään ja käytetään hyödyksi jo tehtyjä tutkimuksia alkoholinkäytöstä sekä alkoholin käytön ja säännöllisen lääkeyhdistelmän yhteisvaikutuksista. Ohjelma jatkuu vuosina 2016 ja 2017.

Työelämä ja alkoholin haitat -ohjelma sisältää sekä Alkon omaa että yhteistyökumppanien kanssa toteutettavaa toimintaa ja seuranta. Syksyllä 2015 on käytetty hyväksi Alko.fi, some ja muita sisäisiä ja ulkoisia viestintäkanavia samoin kuin yhteistyökumppanien sivustoja ja muita sähköisiä viestintäkanavia. Alkoholi ja lääkkeet -tietopankin esiselvitys tehtiin. Kuten jo Lasten seurassa -ohjelman yhteydessä mainittiin kansainvälinen seminaari keräsi yhteen myös asiantuntijoita Työelämä ja alkoholin haitat -ohjelman tematiikkaan liittyen. Ohjelman toteuttamisessa käytettiin hyväksi myös Helsingin yliopiston lääketieteellisen tiedekunnan valmistamaa videota "Alkoholi ja työssä olevat" sekä muita tehtyjä tutkimuksia. Ohjelma oli esillä myös päihdepäivillä 19.5.2015 sekä Alkon sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä.

Työelämä ja alkoholin haitat -ohjelmassa tehdään valittujen valtakunnallisten asiantuntijoiden kanssa selvitys siitä, mitkä tutkimukset taustoittavat parhaiten työssäkäyvien ja eläkkeelle siirtyvien alkoholinkäyttöön liittyviä teemoja. Toiveena on, että yhteistyökumppanit sisällyttäisivät teeman mukaista yhteistyötä omiin toimintasuunnitelmiinsa. Yhteis-

työkumppaneiden kanssa on laadittu erilliset sopimukset ja toimenpidesuunnitelmat. Alkolla on kokonaisvastuu toiminnan koordinoinnista.

Vuonna 2015 sekä Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen että Työterveyslaitoksen kanssa on otettu esiin tutkimus ja vaikuttaminen. Teemoina ovat olleet päihdepolitiikka sekä alkoholin ja huumeiden käyttötavat ja seuraukset. Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen osalta erityisen mielenkiinnon kohteena oli hanke "Alkoholinkäytön haitat muille: vaikutukset terveyteen, hyvinvointiin ja kestävyysvajeeseen". Työterveyslaitoksen kanssa erityisen mielenkiinnon kohteena oli työhyvinvointia edistävien toimintatapojen implementointi työpaikoilla, josta esimerkkinä on Alkoholihaitat hallintaan eli AHA-toimintatapa.

Vuonna 2015 pääyhteistyökumppanit Työelämä ja alkoholin haitat -ohjelmassa olivat Ehkäisevä päihdetyö EHYT ry ja A-klinikkasäätiö. EHYT tekee ehkäisevää päihdetyötä eri ikäryhmien parissa yksilö- ja yhteisötasolla sekä päihdehaittojen vähentämiseen tähtäävää yhteiskuntavaikuttamista. EHYT koordinoi 36 valtakunnallisen järjestön yhteistyötä päihdehaittaehkäisyssä (kampanjat, tiedonannot, vaikuttamistyö). EHYT tekee ehkäisevää työtä myös työelämässä sekä yhdessä jäsenjärjestöjensä kanssa ikääntyneiden parissa. Esimerkkeinä voi mainita Huugo-toiminnan työelämässä, aikuisten Taitolaji-toiminnan, yhteishankkeet eläkeikäisten keskuudessa, verkossa tapahtuvan ehkäisevän työn ja erilaiset oppimispelit ja sovellutukset kuten Ottomitta. Toinen pääyhteistyökumppani A-klinikkasäätiö tekee ehkäisevää päihdetyötä ja tukee erityisosaamisellaan kuntien peruspalveluita. A-klinikkasäätiö myös kehittää päihde- ja mielenterveystyötä, harjoittaa tutkimusta ja järjestää koulutusta sekä osallistuu yhteiskuntapoliittiseen vaikuttamiseen ja asiantuntijatoimintaan.

Muut yhteistyöhankkeet

Vuonna 2015 Alko on harjoittanut alkoholipoliittista yhteistyötä monien eri tahojen kanssa. Yhteistyö valtakunnallisen liikunta- ja urheiluorganisaatio ry:n eli Valon kanssa alkoi jo vuonna 2008 Valoon kuuluvan Nuoren Suomen kanssa. Yhteistyö koski kahta asiaa. Ensiksi Alko valitsee vuoden si-
nettiseuran, jolle Alko myöntää Kasvata urheilijaksi -stipendin päihitteettömän urheilun ja liikunnan tukemiseksi. Vuoden sinettiseuraksi 2015 valittiin Kajaani Gymnastic. Vuodesta 2014 Alko on tukenut urheiluseuraa, joka edistää päihitteetöntä ja liikunnallista elämäntapaa aikuisliikunnassa ja -urheilussa. Vuoden 2015 urheiluseuraksi valittiin Helsingin NMKY.

Alko tukee myös Nuorten Akatemiaa, joka on kirkon sekä nuoriso- ja urheilujärjestöjen yhteistyöjärjestö, jonka tavoitteena on nostaa harrastus- ja vapaaehtoistoiminnan arvostusta ja tukea nuorten omaehtoista toimintaa. Alko on osallistunut tähän toimintaan vuodesta 2000. Vuonna 2015 Alko on tukenut taloudellisesti Nuorten Akatemian Mahis-toimintaa, jossa kohderyhmänä ovat sellaiset 13-17-vuotiaat nuoret, jotka kaipaavat sosiaalista vahvistamista. Osa näistä nuorista on toisen asteen opintojen päätösvaiheessa olevia nuoria. Mahis-ryhmiä oli vuonna 2015 kaikkiaan 84 ja Mahis-projekteina on vuoden 2015 aikana toteutettu esimerkiksi poikien ilta nuorisotalolla, tyttöjen ratsastusprojekti, vastaanottokeskusten nuorten kotouttaminen, moporyhmän ajoharjoitteluradan rakennus, voimauttava valokuvausprojekti, lyhytelokuvan teko, dokumentti koripallojoukkueesta, monitoimipäivä alakouluikäisille sekä monikulttuurinen kokkikerho. Lisäksi on toteutettu useita retkiä, leirejä, harrastuskerhoja ja tapahtumia.

Alko tuki rahallisesti Alkoholitutkimussäätiön toimintaa. Alkoholitutkimussäätiö toimii nykyisin THL:n tiloissa Alkoholi ja huumeet -yksikön yhteydessä itsenäisenä säätiönä. Se on alun perin Alkon perustama. Alko tuki taloudellisesti myös Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen julkaisemaa Yhteiskuntapolitiikka-lehteä. Tämän lehden Alko perusti vuonna 1936 nimellä Alkoholipoliitiikka.

Vuonna 2014 Alko solmi yhteistyösopimuksen Helsingin yliopiston kanssa päihdeopetuksen tukemiseksi. Vuonna 2015 Helsingin yliopiston lääketieteellisen tiedekunnan ja Alkon yhteistyönä syntyi Polut-video, joka pyrkii herättämään alkoholinkäyttöön tottuneita työikäisiä 30-45-vuotiaita. Tarinassa otetaan esille krapulan vuoksi tekemättä jääviä asioita, juomisen vähättelyä sekä tapaa juoda jatkuvasti arkena ja juhlena. Videossa seurataan päähenkilöä parinkymmenen vuoden ajan ja esiin nostetaan hetkiä, joissa henkilö voisi valita alkoholin ja raittiuden välillä. Kerronta jakaantuu kahteen polkuun, jotka risteävät elämän varrella. Poluista toinen vie kohti raittiimpaa ja terveempää vanhuutta ja toinen kohti

sairautta, joka kuitenkin voitaisiin elämäntapamuutoksen jälkeen parantaa. Video on osa Alkon Työelämä ja alkoholin haitat -ohjelmaa.

Alko tuki Helsingin Nuorkauppakamarin suorittamaa vuoden poliisin valintaa. Vuonna 2015 vuoden poliisi valittiin 40. kerran ja vuoden poliisiksi valittiin ylikonstaapeli Toni Reinikainen Itä-Suomen poliisilaitokselta. Myös Veikko ja Lahja Hurstin laupeudentyö ry. sai Alkolta tukea syrjäytyneille, vähävaraisille ja kodittomille tarkoitetun joulujuhlan järjestämiseksi.

Alko tuki taloudellisesti Stakesin vuonna 2004 käynnistämää Paikallinen alkoholipoliitiikka eli Pakka-hanketta aina sen päättymiseen vuonna 2007. Varsinaisen Pakka-hankkeen päättymisen jälkeenkin Pakka-toiminta on jatkunut ja laajentunut eri puolilla Suomea muun muassa ikärajaostokokeiden muodossa. Alkolaisia osallistuu Pakka-toiminnan tarjontatyöryhmien toimintaan.

Alko on jatkanut yhteistyötä Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen kanssa alkoholipoliittisia mielipiteitä koskevien tietojen keräämisessä. Silloisen Alkon vuonna 1984 käynnistämän säännöllisesti toistuvien Gallup-tutkimusten mukaan tammikuussa 2016 noin puolet (48 prosenttia) väestöstä oli tyytyväisiä vallitsevaan alkoholipoliitiikkaan, 35 prosenttia halusi lieventää alkoholipoliitiikkaa ja 10 prosenttia kiristää sitä. Naiset tukivat vallitsevaa alkoholipoliitiikkaa miehiä enemmän. Suurin tuki lievennyksille tuli nuorilta aikuisilta. Viime vuosina alkoholipoliitiikan lieventäjien osuus on kasvanut. Vastaajista 60 prosenttia oli sitä mieltä, että Alkon monopoli on hyvä tapa rajoittaa alkoholihaittojen laajuutta.

Tammikuussa 2016 vastaajista 87 prosenttia oli sitä mieltä, että keskiolutta tuli saada ostaa myös päivittäistavarakau-
poista. Toisaalta 87 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että väkeviä alkoholijuomia tuli saada ostaa vain Alkosta. Lievä enemmistö väestöstä oli sitä mieltä, että vahvaa olutta ja viiniä tulee saada ostaa vain Alkosta. Noin puolet väestöstä oli sitä mieltä, että alkoholijuomien hinnat ovat sopivia, ja valtaosa väestöstä piti alkoholijuomien ostoikärajoja sopivina.

Lisäksi Alko oli mukana pohjoismaisessa yhteistyössä, jossa seurattiin WHO:n ja EU:n piirissä sekä lähialueilla käytävää alkoholipoliittista keskustelua mm. globaalista alkoholistrategiasta ja EU:n alkoholistrategiasta sekä eurooppalaisesta ja pohjoismaisesta alkoholiin liittyvästä kansanterveystyöstä.

Myös pohjoismaiset alkoholimonopolit sekä pohjoismaiden ja Pohjois-Amerikan alkoholimonopolit kokoontuvat säännöllisesti. Vuonna 2015 oli vuorossa Alkon järjestämä Kansainvälinen alkoholimonopolikokous, joka pidettiin Helsingissä 1-4.8.2015.

Alko osallistuu myös matkustajatuonnin ympärille raken-

nettuun Suomi-Viro-yhteistyöhön, jossa toisaalta kerättiin yhdessä THL:n, Valviran ja valtiovarainministeriön kanssa TNS Gallupin kautta alkoholijuomien matkustajatuontia koskevia tietoja. Toisaalta tämän yhteistyön kautta Alko osallistuu suomalaisten ja virolaisten tutkijoiden ja viranomaisten

vuosittain järjestämään Suomen ja Viron alkoholioloja käsittelevään kokoukseen. Vuoden 2015 kokouksen järjestävänä osapuolena oli Viron maatalousministeriö ja kokous pidettiin Virossa Rakveressa.

Myynninvalvonta

Myynninvalvonta on osa Alkon asiakaspalvelua, jossa painotuvat niin vastuullisuus kuin palvelu. Vastuullisen asiakaspalvelun tavoitteena on, ettei alkoholia myydä alaikäisille, selvästi päihtyneelle tai häiritsevästi käyttäytyvälle ja ettei Alkon myymälöistä ostettuja alkoholijuomia välitetä eteenpäin alaikäisille tai päihtyneille. Alkon myyjien edellytetään tarkistavan kaikkien alle 25-vuotiailta näyttävien asiakkaiden iän oston yhteydessä.

Myynninvalvonnassa otetaan huomioon sesonkipäivät ja -tunnit. Sesonkien aikana työtunteja lisätään, ja vuoroihin sijoitetaan kaikkein kokeneimpia työntekijöitä. Nuoret asiakkaat asioivat Alkon myymälöissä poikkeuksellisen vilkkaasti sesonkipäivinä, joten ennen näitä päiviä myymälöiden henkilökunnalle korostetaan myynninvalvonnan ja erityisesti ikärajavalvonnan tärkeyttä.

Ikärajavalvonnan hoitamista myymälöissä tuetaan myös asiakasviestinnällä. Myynninvalvonnan viestintäkampanjat keskitetään aikoihin, jolloin koulut päättyvät ennen kesää ja taas alkavat elokuussa. Vuonna 2015 ikäraja- ja välittämisepäilyvalvonnasta viestitettiin mediassa 11.5 alkaen aina toukokuun loppuun asti. Syksyllä viestintä aloitettiin 27.7 ja sitä jatkettiin 16.8 saakka. Jokainen uusi Alkon myyjä suoritti myynninvalvonnan passikokeen ennen ensimmäistä kassavuoroaan.

Maahanmuuttajien määrän lisääntyminen näkyy myös Alkon asiakaskunnassa. Alkossa on kerrottu myynninvalvonnan säännöistä eri kielillä jo vuosien ajan ja vuonna 2014 Asioinnin pelisäännöt -esite asiakkaille julkaistiin myös englanniksi ja venäjäksi. Vuonna 2015 lisättiin informaatiota maahanmuuttajille.

Myynninvalvonnan toteutumista mitataan kassarekisteröinnin avulla. Ikärajatarkistukset sekä päihde- ja välittämisepäilytarkistukset kirjataan kassaan, josta ne siirtyvät järjestelmään reaaliajassa. Tiedot viestitään koko henkilökunnalle intranetissä kuukausittain ja raportoitu kehitys on avoimesti kaikkien luettavana.

Vuonna 2015 Alkossa tarkastettiin ikärajoja 3,69 miljoonaa kertaa, päihtymysepäilyn vuoksi tarkistuksia tehtiin 0,63 miljoonaa kertaa ja välitysepäilyjen vuoksi 0,31 miljoonaa kertaa.

Alla oleva asetelma kertoo tarkistusten määrän kehityksen vuosina 2011–2015:

	2011	2012	2013	2014	2015
Ikärajatarkistukset (milj.)	2,9	3,0	3,6	3,6	3,7
Päihtymysepäilytarkistukset (milj.)	0,5	0,5	0,6	0,7	0,6
Välittämisepäilytarkistukset (milj.)	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3

Ikärajavalvonnan onnistumista seurataan lisäksi Mystery Shopping -havainnontimenetelmällä, jossa pääsääntöisesti 18–21-vuotiaat ikäisiään nuoremmilta näyttävät testiasiakkaat ovat asioineet kaksi kertaa jokaisessa Alkon myymälässä. Vuonna 2015 mittaamisen menetelmää kehitettiin siten, että jokaiseen myymälään tehdyn kahden käynnin lisäksi noin 150 myymälään tehtiin kolmas käynti. Nämä myymälät olivat niitä, joissa nuorten osuus ja määrä on kaikkien korkein tai joissa oli ollut aiemmin haasteita ikärajavalvonnan kanssa. Vuoden 2015 Mystery Shopping -kierrosten tulosten mukaan nuoren ikä tarkistettiin Alkossa henkilöllisyystodistuksesta 90 prosentissa testeistä. Vuoden 2012 tulos oli 82 prosenttia, vuoden 2013 tulos oli 92 prosenttia ja vuoden 2014 tulos oli 89 prosenttia.

Asiointikieltosopimuksessa rajoitetaan ongelma-asiakkaan asiointia erikseen sovitussa Alkon myymälässä. Aloite sopimuksen laatimisesta voi tulla asiakkaalta itseltään tai asiakkaan läheisiltä. Sopimuksen laatiminen edellyttää aina asiakkaan suostumusta. Asiointikieltosopimusta kokeiltiin lokakuusta 2012 lokakuuhun 2013, ja asiointikieltosopimus otettiin pysyväksi osaksi Alkon toimintaa syksyllä 2013.

Vuoden 2015 aikana tehtiin 10 asiointikieltosopimusta, jotka kaikki olivat niin sanottuja täyskieltoja. Kolme sopimusta oli 1–3 kuukauden mittaisia ja loput 12 kuukauden mittaisia. Alkon malli mahdollistaa enintään 12 kuukauden sopimuksen, jonka jälkeen se on uusittava. Vuoden 2015 aikana purettiin kaksi sopimusta, jotka olivat alun perin tehty jo vuoden 2014 aikana. Vuonna 2013 tehtiin 16 asiointikieltosopimusta, joista 2 purettiin kesken kauden. Vuoden 2014 aikana tehtiin 17 sopimusta ja 2 purkua.

Alkoholittomat tuotteet konsepti



Alkon tuotevalikoima sisältää myös alkoholittomia ja matala-alkoholisia tuotteita sekä pieniä pakkauskokoja. Alkoholittomien tuotteiden näkyvällä lanseerauksella Alko pyrkii varmistamaan roolinsa merkittävänä alkoholittomien juomien ostopaikkana. Samaan pyritään alkoholittomien viinien ja panimotuotteiden monipuolisella valikoimalla sekä näyttävällä ja erottuvalla esillepanolla. Alko haluaa olla edelläkävijä ja asiantuntija myös alkoholittomissa viineissä ja oluissa.

Vuoden 2015 lopussa alkoholittomia tuotteita oli Alkon hinnastossa 75 kappaletta. Matala-alkoholisen tuotteen rajana pidetään viinien osalta 10 tilavuusprosenttia. Tällaisia tuotteita oli Alkon vakiovalikoimassa vuoden 2015 lopulla 72 kappaletta. Viinejä oli vakiovalikoimissa pienissä pakkauksissa tarjolla vuoden 2015 lopulla 124 kappaletta. Alla olevassa asetelmassa on ilmoitettu alkoholittomien tuotteiden ja matala-alkoholisten tuotteiden sekä pienten pakkausten määrät Alkon vakiovalikoimassa vuosina 2011–2015:

	2011	2012	2013	2014	2015
Alkoholittomat tuotteet	48	47	46	64	75
Matala-alkoholiset tuotteet	64	67	73	72	72
Viinejä pienissä pakkauksissa	103	117	119	120	124

Vuonna 2015 Alko myi kaikkiaan 362 000 litraa alkoholittomia juomia. Alkoholittomien juomien myynti lisääntyi 95 prosenttia vuonna 2015. Kaiken kaikkiaan Alkon myymälöiden litramyynti vuonna 2015 oli 94,0 miljoonaa litraa.

Alkoholi ja terveys -viestintä

Yhtiön internetsivuille avattiin ajantasainen alkoholi ja terveys -osio kesäkuussa 2013. Vuonna 2014 alkoholi ja terveys sivuille tuotettiin uutta aineistoa ja terveyttä koskeva kokonaisuus valmistui. Uuden aineiston sisällöntuotannosta vastasi THL. Sivuilta löytyy tietoa muun muassa alkoholista ja allergiasta, nuorista ja alkoholista, raskaudesta ja alkoholista sekä muille kuten lapsille aiheutuvista alkoholihaitoista. Alkoholi ja terveys sivuilta löytyy myös materiaalia lasten seurassa -ohjelmasta ja varhaiskasvatusmessuista vain kaksi esimerkkiä mainiten (<http://www.alko.fi/vastuullisuus/alkoholi-ja-terveys/>).

Kolmea alkoholi ja terveys -teemaan liittyviä esitettä jaetaan myös maksutta Alkon myymälöissä tai niitä saa postitse tilausten mukaan. Nämä esitteet on julkaistu sekä suomeksi että ruotsiksi. Alkoholi ja ihmisen elämäntapa -esitteessä kerrotaan, miten kaikkien alkoholijuomien sisältämä etanoli eli etyylialkoholi vaikuttaa ihmiseen. Toisessa esitteessä tarkastellaan lisä- ja vierasaineita alkoholijuomissa sekä yliherkkyyttä.

Henkilökunnan koulutus

Alko pyrkii varmistamaan hyvän asiakaspalvelun pitämällä huolta henkilökunnan perusteellisesta, asianmukaisesta ja jatkuvasta koulutuksesta sekä varaamalla henkilökunnalle aikaa henkilökohtaisen asiakaspalvelun toteuttamiseen

myymälöissä. Lisäksi yli 80 Alkon myymälää eri puolella Suomea tarjoaa maksutonta juomaneuvontaa. Alkon työntekijät osallistuvat vuosittain keskimäärin kolmeen ja puoleen koulutuspäivään.

Myymälöiden sijainti, lukumäärä ja aukioloajat

Alko noudattaa liikepaikkoja valitessaan Valtioneuvoston terveen kilpailun edistämishojelman suuntaviivoja. Viime vuosina on otettu huomioon erityisesti myymälän sijainnin vaikutus päivittäistavarakaupan kilpailutilanteeseen. Alkon myymälät pyritään sijoittamaan asiakkaiden kannalta näkyville liikepaikalle asiointireittien varrelle, esimerkiksi kauppakeskuksiin tai paikkakunnan palvelukeskittyymiin sekä lähelle riittäviä pysäköintipaikkoja. Liiketilaan tulee voida rakentaa Alkon käytössä oleva myymäläkonsepti ja teknisen tason tulee täyttää Alkon myymälähuoneistoille laaditun mallin vaatimukset. Tavarahuollon tulee olla toimiva. Myynninvalvonnan järjestämismahdollisuudet ja turvallisuusnäkökohdat otetaan aina suunnittelussa huomioon. Lisäksi myyntipaikan valintaan vaikuttavat vuokrasopimuksen ehdot ja toiminnan ekologisuus. Päätöksen myymälän avaamisluvasta tekee aluehallintovirasto (Alkoholilaki 1143/1994, 3§).

Vuonna 2015 Alkolla oli 351 myymälää, mikä on kaksi vähemmän kuin vuonna 2014, mutta 12 enemmän kuin viisi vuotta aiemmin. Vuonna 2015 Alkolla oli 95 tilauspalvelupistettä, mikä oli kaksi vähemmän kuin edellisvuonna ja 20 vähemmän kuin viisi vuotta sitten. Alla olevassa asetelmassa nähdään Alkon myymälöiden ja tilauspalvelupisteiden lukumäärät kymmenvuotisivälein vuosina 1990–2010 sekä vuosittain vuosina 2013–2015:

	1990	2000	2010	2013	2014	2015
Alkon myymälät	249	275	343	350	353	351
Tilaukspalvelupisteet	0	124	115	102	97	95

Tarkasteltaessa Alkon myymälöiden sijaintia Suomen kartalla nähdään, että myymäläpaikkakuntien väliset etäisyydet ovat varsin samanlaiset maan eri osissa. Luonnollisesti myymälöiden lukumäärä maan eri osissa on suhteessa väestön maantieteelliseen jakautumiseen. Asiakaskunnan tasapuolisen palvelun toteutumista voidaan kuvata Tilastokeskuksen vuodelta 2007 peräisin olevalla laskelmalla, joka vuoden 2015 tilanteeseen päivitettyä kertoo, että noin 90 prosenttia yli 18-vuotiaista suomalaisista asuu alle 10 kilometrin etäisyydellä Alkon myymälästä tai tilauspalvelupisteestä ja noin 97 prosenttia alle 20 kilometrin etäisyydellä lähimmästä Alkon myyntipisteestä (Alko Oy:n kertomus 2013, 11). Myymälöiden maantieteellisen sijoittelun ohella Alko palvelee asiakkaitaan tasapuolisesti myös siten, että tietyn juoman hinta on sama kaikissa Alkon myymälöissä.

Valtioneuvoston terveen kilpailun edistämishojelman antamien suuntaviivojen mukaisesti Alkon myymälöitä sijoitettaessa on kiinnitetty erityistä huomiota siihen, että ne sijoitetaan aiempaa tasapuolisemmin eri myymäketjujen yhteyteen. Vuonna 2014 S-liikekeskuksen yhteydessä oli 94, K-liikekeskuksen yhteydessä samoin 94 ja Lidl-liikekeskuksen yhteydestä 10 Alkon myymälää. Lidl-kauppakeskuksen yhteydessä sijaitsevien myymälöiden lukumäärä lisääntyi 6:lla vuodesta 2013 vuoteen 2014 ja 9:llä vuodesta 2014 vuoteen 2015, jolloin niiden lukumäärä oli 17. Uusien Alkon myymälöiden avaamisen perustehtävänä on edelleenkin alkoholijuomia ostavien kuluttajien palvelu.

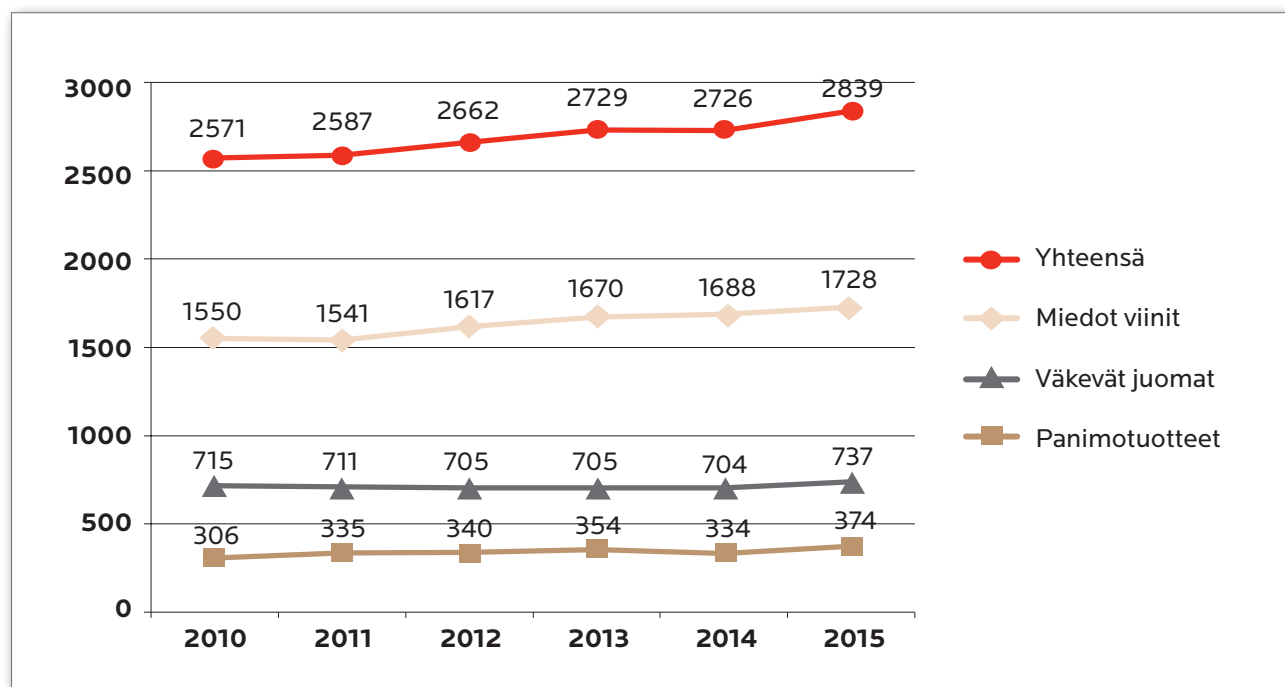
Vuonna 2015 Alkon myymälät olivat auki pääsääntöisesti maanantaista perjantaihin kello 9.00–20.00 ja lauantaisin 9.00–18.00. Sunnuntaisin myymälät ovat kiinni. Vuonna 2015 Alkon myymälöiden aukioloajat eivät muuttuneet edellisvuodesta.

Tuotteet ja niiden esillepano

Vuoden 2015 lopussa Alkon vakiovalikoimassa oli yhteensä 2839 alkoholijuomaa, kun mukana ovat kaikki pullokoot ja Helsingin Arkadian myymälän erikoistuotteet. Valikoimaan sisältyi mietoja viinejä 1728 kappaletta, panimotuotteita 374 kappaletta ja väkeviä alkoholijuomia 737 kappaletta. Väkeviin alkoholijuomiin sisältyvät vodkat, viinat ja muut väkevät alkoholijuomat sekä väkevöidyt viinit. Panimotuotteet sisältävät oluet, siiderit ja long drink -juomat.

Valikoima vaihtelee myymälöittäin paikallisen kysynnän mukaan, joten yhdessäkin myymälässä ei ole koko vakio-

valikoimaa. Noin 30 myymälän valikoima ylittää kuitenkin 2000 tuotetta ja jos jotain vakiovalikoiman tuotetta ei ole myymälässä, sen voi tilata sinne maksutta. Alkon myymälöissä eri tavarantoimittajien tuotteita kohdellaan tasapuolisesti myös tuotteiden sijoittelun osalta. Myymälöiden hyllytila on jaettu eri tuotteiden kesken hyllytilanhallintaohjelmistolla, jossa jokainen tuote saa esillepanoryhmässään kyseisen myymälän menekkitietoihin perustuvan esillepanotilan. Vakiovalikoiman koko 2010–2015 on ilmoitettu alla olevassa kuvassa (luvut eivät sisällä alkoholittomia juomia):



Seuraavassa asetelmassa on ilmoitettu tilausvalikoiman koko vuosina 2011–2015:

	2011	2012	2013	2014	2015
Miedot viinit	1100	1108	1090	1117	1253
Panimotuotteet	24	27	25	26	94
Väkevät juomat	339	324	322	347	408
Yhteensä	1463	1459	1437	1490	1755

Tilausvalikoimaan kuuluvia juomia voi tilata kaikista Alkon myymälöistä ja tilauspalvelupisteistä. Tilauksen voi tehdä suoraan myymälästä tai verkkotilauksena. Tuote on noudettavissa myymälästä noin viikon kuluttua tilauksesta.

Alkon tilanhallintasuunnittelu on konseptoitu, ja kaikki

myymälät noudattavat samaa logiikkaa. Perusteet Alkon tilanhallintasuunnittelulle ovat yhtenäinen ja asiakkaan kannalta looginen esillepanomalli mukaan lukien asianmukainen opastus sekä eri tuotteiden ja tuoteryhmien tasapuolinen, kunkin myymälän omaan menekkiin perustuva esillepano.

Tuotteiden sijoittelu hyllyyn kussakin esillepanoryhmässä perustuu nousevaan hintajärjestykseen halvimasta (hyllystön vasen alimmainen hylly) kalleimpaan (hyllystön oikea ylin hylly) tuotteeseen. Hinta on selkeä ja tasapuolinen tapa asettaa tuotteet hyllyyn. Kuluttajalla on useimmiten tietty mielikuva siitä, minkä hintaista tuotetta hän tulee Alkosta ostamaan, joten nyt samanhintaiset tuotteet ovat lähekkäin hyllyssä. Ergonomiasyistä on päädytty siihen, että usein hitaammin kiertävät, muita arvokkaammat tuotteet, ovat ylähyllyillä.

Ruoka- ja juomakulttuurin edistäminen

Alko tuottaa ja jakaa tietoa alkoholijuomista sekä ruoka- ja juomakulttuurista myymälöissä jaettavissa julkaisuissa sekä verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Alkon Etiketti-asiakaslehdessä on tuotetietouden ohella myös artikkeleita, joissa herätellään pohdiskelemaan alkoholinkäytön haitallisia vaikutuksia. Etiketti- ja Etiketten -lehti ilmestyvät neljä kertaa

vuodessa. Vuonna 2015 suomenkielisen lehden painosmäärät olivat noin 250 000 ja ruotsinkielisen noin 30 000. Alkon Etikettiklubi julkaisee neljä kertaa vuodessa pieniä viinioppaita, jotka käsittelevät juoma- ja ruokakulttuuria. Näitä oppaita lähetetään pelkästään Etikettiklubilaisille. Niiden painosmäärä on noin 10 000.



Lähdeluettelo

- Alko, alkoholi ja terveys. [Online: <http://www.alko.fi/vastuullisuus/alkoholi-ja-terveys/>]
- Alkoholilaki 1143/1994. [Online: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941143>]
- Alko Oy:n kertomus sosiaali- ja terveysministeriölle vuodelta 2013. Alko, Helsinki 20.3.2014
- Asetus alkoholiyhtiön toiminnasta 243/2000.
- Great places to work 2015: [Online: <http://www.greatplacetowork.fi/best-companies/suomen-parhaat-tyopaikat-listat>]

