

Dnro V/32192/2025

Julkaistu 4.8.2025

Ohje tupakkalain alaisten tuotteiden markkinoinnista



Valvira

Sosiaali- ja terveysalan
lupa- ja valvontavirasto

Sisällys

Johdanto.....	2
1 Yleistä tupakkalain alaisten tuotteiden markkinointikiellosta	3
2 Markkinointi vähittäismyyntipaikassa	4
2.1 Myynnistä ilmoittaminen	4
2.2 Markkinointikiellon huomioiminen esillepanossa.....	5
3 Markkinointi internetissä ja verkkokaupassa.....	6
4 Markkinointi myyntipakkauksissa	8
5 Yrityskuvamainonta	10
6 Poikkeukset markkinointikiellosta	11
6.1 Kuvasto ja luettelo	12
7 Alennukset ja hintahyvityskielto	13
8 Markkinointikiellon valvonta	14
8.1 Seuraamukset.....	15
9 Lainsäädäntö	16

Johdanto

Tämä Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontaviraston (Valvira) ohje koskee tupakkalain (549/2016) 9 luvussa tarkoitettua markkinointikieltoa. Se ohjaa tupakkalain markkinointisäännöksen soveltamista. Ohjetta on päivitetty 1.8.2025 voimaan tulleen savuttomia nikotiinituotteita koskevan tupakkalain muutoksen johdosta. Tupakkalaissa savuttomalla nikotiinituotteella tarkoitetaan tupakan vastiketta, joka vastaa käyttötarkoitukseltaan purutupakkaa, nenänuuskaa tai suussa käytettäväksi tarkoitettua tupakkaa, ja joka sisältää nikotiinia. Tällä ohjeella korvataan tupakkalain alaisten tuotteiden markkinoinnista annettu aiempi ohje dnro V/11205/2023.

Tupakkalain tavoitteena on, että ihmisille myrkyllisiä aineita sisältävien ja riippuvuutta aiheuttavien tupakkatuotteiden ja muiden nikotiinipitoisten tuotteiden käyttö loppuu. Tavoitteen saavuttamiseksi laissa säädetään toimenpiteistä, joilla ehkäistään tupakkatuotteiden ja muiden vastaavien tuotteiden käytön aloittamista ja nikotiiniriippuvuuden syntymistä sekä edistetään tupakkatuotteiden ja vastaavien tuotteiden käytön lopettamista ja suojellaan väestöä altistumiselta niiden savulle. Tupakkalaissa tarkoitettujen haittojen osalta erityisenä suojeltavana ryhmänä ovat lapset ja nuoret. Markkinointikielto on yksi tapa edistää lain tavoitetta.

Markkinointiohje on suunnattu ensisijaisesti kunnissa tapahtuvan valvontatyön tueksi, kun kunnat valvovat alueellaan tupakkalaissa säädettyjen markkinointi- ja esilläpitokiellojen noudattamista. Ohjeessa esitellään kootusti soveltuvaa lainsäädäntöä, lainvalmisteluasiakirjoja sekä markkinaoikeuden tähänastista ratkaisukäytäntöä.

Markkinointiohjeen tarkoituksena on havainnollistaa sitä, mitä lainvastaisella markkinoinnilla tarkoitetaan. Ohjetta käytäntöön sovellettaessa on kuitenkin otettava huomioon, että harkinta sallitusta tai kielletystä toiminnasta tehdään tapauskohtaisesti. Lisäksi markkinoinnista syntyvällä kokonaisvaikutelmalla on olennainen merkitys arvioitaessa sitä, milloin toiminta voidaan katsoa lainvastaiseksi.

ratkaisija Johtaja Jussi Holmalahti

esittelijä Ylitarkastaja Aleks Halme

Lisätietoja tupakka@valvira.fi

1 Yleistä tupakkalain alaisten tuotteiden markkinointikiellosta

Tupakkalaissa on säädetty markkinoinnin täyskiellosta tietyin erikseen säädettyin poikkeuksin. Markkinointi on määritelty tupakkalain 2 pykälän 35 kohdassa. Markkinoinnilla tarkoitetaan mainontaa, epäsuoraa mainontaa ja muuta myynninedistämistä sekä tupakkasponsorointia. Mainonnalla ymmärretään tyypillisesti maksettua suurelle ihmisryhmälle suunnattua tuotteiden tai palvelujen viestintää. Hallituksen esityksen (HE 15/2016) mukaan markkinoinnin luonteeseen kuuluu, että se on kaupallista viestintää, jonka tavoitteena taikka suorana tai epäsuorana vaikutuksena on kaupan olevan tuotteen myynnin edistäminen. Markkinoinnin käsite on melko laaja ja se on esitetty laissa hyvin yleisluonteisesti.

Tupakkalain markkinointia koskevat säännökset ovat pääsääntöisesti media- eli viestintävälineneutraaleja. Näin ollen internetissä ja sosiaalisen median yhteisöpalveluissa julkaistuu aineistoon sovelletaan samoja säännöksiä kuin perinteisiä välineitä (televisio, radio, sanoma- ja aikakauslehdet) käyttäen julkaistuu aineistoon.

Perinteisen markkinoinnin lisäksi myös erilaiset yrityskuvamainonnan yhteydessä käytetyt tai esimerkiksi tuotepakkauksiin lisätyt mainoslauseet ja iskulauseenomaiset ilmaisut voivat olla kiellettyä markkinointia.

Markkinaoikeus on mm. kieltänyt sähkösavukealan yritystä markkinoimasta tuotevalikoimaansa kuuluvia tupakkalain alaisia tuotteita käyttäen mainoskampanjoita, arpajaisia tai vastaavia keinoja niin, että näiden yhteydessä käytetään iskulauseenomaisia ilmaisuja. Merkitystä asiassa ei ollut sillä, että iskulause oli rekisteröity aputoiminimeksi. (markkinaoikeuden ratkaisu MAO:441/19)

Epäsuora mainonta määritellään tupakkalain 2 pykälän 36 kohdassa ja sillä tarkoitetaan tuotteen myynnin edistämistä muun hyödykkeen mainonnan yhteydessä siten, että muun hyödykkeen tunnuksena käytetään sellaisenaan tai tunnistettavasti muunnettuna tuotteelle vakiintunutta tunnusta tai että muutoin välittyy mielikuva tietystä tuotteesta. Säännöksen tarkoituksena on estää markkinointikiellon kiertäminen tuoteperheitä luomalla.

Muulla myynninedistämistoiminnalla tarkoitetaan kaikkia toimenpiteitä, joiden tarkoituksena on aikaansaada tai edistää tupakkalaissa tarkoitettujen tuotteiden kulutusta ja kysyntää.

Tupakkasponsoroinnilla tarkoitetaan tupakkalain 2 pykälän 37 kohdan mukaan sellaista julkista tai yksityistä tapahtumalle, toiminnalle tai henkilölle annettavaa tukea, jonka tavoitteena taikka suorana tai epäsuorana vaikutuksena on tupakkatuotteen, tupakan vastikkeen, tupakointivälineen, tupakkajäljitelmän, sähkösavukkeen tai nikotiininesteen myynnin edistäminen.

Markkinointikielto koskee markkinointitoimen tilaajaa ja toimeenpanijaa sekä näiden palveluksessa olevia henkilöitä. Perustuslaki turvaa jokaisen oikeuden ilmaisu- ja sananvapauteen. Oikeus käsittää joukkoviestinnän journalistisen sananvapauden. Perustuslaki turvaa myös taiteen vapauden. Tupakkalain mukaiset markkinoinnin rajoitukset eivät koske yksityishenkilöitä tai journalistisen sananvapauden tai taiteen vapauden puitteissa tuotettua aineistoa. Jos henkilö on asemassa, jossa hän hyötyy tupakkalain alaisten tuotteiden mainonnasta, voi tupakkalain mukainen markkinointikielto koskea kuitenkin myös yksittäistä henkilöä.

Tupakkalain mukainen markkinointikielto ei koske myöskään puhdasta yrityskuvamainontaa. Yrityskuvamainonnasta enemmän kappaleessa 5.

2 Markkinointi vähittäismyyntipaikassa

2.1 Myynnistä ilmoittaminen

Mainontaa ja myynninedistämistä on paitsi perinteinen mediamainonta, myös muu kuluttajille suunnattu kaupallinen tiedottaminen myyntipisteessä. Mikäli tupakkalain alaisten tuotteiden myynti on vähittäismyyntipaikassa keskitetty vain rajoitettuun määrään myyntipisteitä, voidaan nämä myyntipisteet ilmoittaa esimerkiksi asettamalla niiden yläpuolelle neutraali ”Tupakkatuotteet ja sähkösavukkeet” -kyltti tai ”Nikotiinituotteet” -kyltti.

Kylttien ja niissä olevien tekstien on oltava verrannollisia muiden tuotteiden myyntipisteiden osoittamisessa käytettyihin kyltteihin, eivätkä ne saa rikkoa tupakkalain markkinointikieltoa.

Kaikissa tupakkatuotteiden, savuttomien nikotiinituotteiden, tupakan vastikkeiden, tupakointivälineiden, nikotiininesteiden ja sähkösavukkeiden myyntipisteissä on oltava asiakkaiden hyvin havaittavissa tupakkalain 53 §:n ja tupakkatuotteiden ja vastaavien tuotteiden myynnistä annetun sosiaali- ja terveystieteiden ministeriön asetuksen (593/2016) 2 §:n mukainen myyntikieltoilmoitus. Tupakkatuotteiden, nikotiininesteiden ja savuttomien nikotiinituotteiden

vähittäismyyntipaikan myyntipisteissä on lisäksi pidettävä vähittäismyyntilupa asiakkaiden nähtävillä tupakkalain 47 §:n mukaisesti.

Muut kuin edellä mainitut myyntipisteisiin asennettavat kyltit, ilmoitukset tai tiedotteet ovat lähtökohtaisesti tupakkalain markkinointikiellon vastaisia. Myös ilmoittelu mediassa tai sosiaalisessa mediassa myytävillä olevista tuotteista on markkinointikiellon vastaista.

Markkinointikielto ei estä tuotteiden myyjää esittämästä asiakkaalle tarkentavia kysymyksiä tämän haluamasta tuotteesta, mikäli asiakkaan pyyntö ei ole ollut riittävän yksilöity. Markkinointikiellon vuoksi tuotteiden myyjä ei kuitenkaan saa mainostaa tupakkalain alaisia tuotteita esimerkiksi korostamalla jotakin yksittäistä tavaramerkkiä tai tuomalla pyytämättä esiin tuoteuutuuksia.

2.2 Markkinointikiellon huomioiminen esillepanossa

Esilläpitokiellosta säädetään tupakkalain 71 §:ssä. Säännöksen mukaan tupakkatuotteita, tupakan vastikkeita, sähkösavukkeita, nikotiininesteitä tai tupakointivälineitä, jotka on tarkoitettu tupakkatuotteen kuumentamiseen, tai mainittujen tuotteiden tavaramerkkejä ei saa pitää esillä tupakkatuotteiden, tupakan vastikkeiden, tupakointivälineiden, tupakkajäljitelmien, sähkösavukkeiden tai nikotiininesteiden vähittäismyyntissä. Esilläpitokiello koskee siis kaikkia niitä myyntipaikkoja, joissa harjoitetaan edellä mainittujen tuotteiden vähittäismyyntiä.

Poikkeuksena esilläpitokiellosta tuotteet ja niiden tavaramerkit saavat kuitenkin olla esillä sellaisessa erillisellä sisäänkäynnillä varustetussa myyntipaikassa, jossa myydään lähes yksinomaan tupakkalaissa tarkoitettuja tuotteita, jos tuotteita ja niiden tavaramerkkejä ei voida nähdä myyntipaikan ulkopuolelta (nk. erikoisliike).

Esilläpitokiellosta huolimatta tupakkalain 68 §:n markkinointikieltoa sovelletaan niiltä osin, kun tuotteiden esilläpito on sallittua. Tällöin kyseessä voi olla muun muassa tupakkalain alaisten tuotteiden esillepano edellä mainituissa erikoisliikkeissä, kuten esimerkiksi tupakkakaupoissa, tai tupakkalain alaisia tuotteita myyvissä tukkumyymälöissä. Vaikka tuotteet saavat olla tällaisessa myyntipaikassa esillä, ei esilläpito saa olla mainonnallista. Myös esilläpitokiellon alaisten tuotteiden asettelu vähittäismyymälän suljetussa myyntikaapissa voi rikkoa markkinointikieltoa, jos tarkoituksena on edistää tupakkalain alaisen tuotteen myyntiä.

Esilläpitokielto ei lähtökohtaisesti sovellu sellaisenaan tupakointivälineisiin, joita ei ole tarkoitettu tupakkatuotteen kuumentamiseen, tai tupakkajäljitelmiin. Näidenkin tuotteiden mainonnallinen esillepano on kuitenkin kiellettyä. Jos tupakointivälineessä tai tupakkajäljitelmässä on esimerkiksi tupakkatuotteen tavaramerkki, tuotetta ei saa pitää vähittäismyynnissä esillä. Esimerkiksi lakritsiپیپت täyttävät tupakkajäljitelmän määritelmän, eivätkä nämä saa sen vuoksi olla mainonnallisesti esillä.

Tuotteiden sijoittelu ja esillepano on mainonnallista muun muassa seuraavissa tapauksissa:

- yksi tuote tai osa tuotteista erotetaan omaan hyllyynsä tai tuotteiden näkyvyyttä korostetaan jollain tavalla
- tuotteet on aseteltu lastentuotteiden tai pääasiallisesti alle 18-vuotiaita kiinnostavien tuotteiden (makeiset, sarjakuvat yms.) välittömään läheisyyteen (harkinnassa on huomioitava myyntipaikan koko)
- yksittäisen tuotteen hintaa korostetaan jollain tavalla
- tupakkalain alaisten tuotteiden nimet tai muut tunnukset ovat esillä muualla kuin vähittäismyyntipakkauksissa
- myyntipaikassa käytetään ilmoituksia, joissa on mainonnallisia iskulauseita
- vähittäismyyntipakkauksen lakisääteiset terveystavaroitukset peitetään
- terveystavaroitusten näkyvyyttä ostotilanteessa muuten vaikeutetaan
- alaikäisten huomion kiinnittämiseksi käytetään näyttävää K-18-merkintää
- lakisääteinen myyntikieltoilmoitus on taka-alalla tai sen teksti on muita opasteita tai K-18-merkintää pienemmällä kirjaimella.

Esillepanon mainonnallisuuden arviointi edellyttää aina viime kädessä tapauskohtaista harkintaa.

3 Markkinointi internetissä ja verkkokaupassa

Suomen tupakkalain säännökset ovat pääsääntöisesti media- eli viestintävälineeneutraaleja. Näin ollen internetissä ja sosiaalisen median yhteisöpalveluissa julkaistuihin aineistoon sovelletaan samoja säännöksiä kuin perinteisiin välineisiin (televisio, radio, sanoma- ja aikakauslehdet) käyttäen julkaistuihin aineistoon.

Koska tupakkatuotetta, tupakan vastiketta, tupakointivälinettä, tupakkajäljitelmää, sähkösavuketta tai nikotiinineestettä ei saa markkinoida, vaikuttaa markkinointikielto siihen, miten internetmyynti on tupakkalain mukaan mahdollista toteuttaa.

Tupakkatuotteiden, sähkösavukkeiden, nikotiinineesteiden, poltettavaksi tarkoitettujen kasviperäisten tuotteiden ja savuttomien nikotiinituotteiden etämyynti on kielletty. Tupakkalain alaisten tuotteiden vähittäismyynti internetissä on mahdollista ainoastaan tupakointivälineiden, tupakkajäljitelmiä, joidenkin tupakan vastikkeiden sekä nikotiinittomien sähkösavukeneesteiden osalta. Näidenkin tuotteiden internetmyynti on kuitenkin erittäin tiukasti säännelty, minkä vuoksi tuotteiden myyminen avoimilta verkkosivuilta ei ole mahdollista.

Internetsivusto, jolla myydään sellaisia tuotteita, joita etämyyntikielto ei koske, ei saa rikkoa tupakkalain markkinointikieltoa. Kaikki myynninedistäminen on kiellettyä myös internetissä. Tämä tarkoittaa käytännössä muun muassa, että tuotteiden tuotenimien, kuvien ja muun tuotetiedon liittäminen avoimelle internetsivustolle on tupakkalain vastaista markkinointia. Tietoja myynnissä olevista tuotteista voi antaa ainoastaan tupakkalaissa säädetyn luettelon avulla (lisätietoa luettelosta kappaleessa 6.1.), joka saa olla nähtävissä vain kirjautumisen takana. Sen sijaan tupakkalain mukaista kuvastoa ei voida missään tilanteessa esittää verkkokaupassa, sillä lain mukaan kuvastoa ei saa luovuttaa asiakkaalle mukaan vietäväksi.

Kaikki sellaiset toimenpiteet, joiden tarkoituksena on aikaansaada tai edistää tupakkalaissa tarkoitettujen tuotteiden kulutusta ja kysyntää, ovat lainvastaisia. Markkinointikielto tarkoittaa muun muassa, että tuotteita ei saa myydä alennettuun hintaan. Markkinointikielto tarkoittaa myös, että mitään tietoa myynnissä olevista tuotteista tai tuoteryhmistä ei saa julkaista sosiaalisessa mediassa tai muussa markkinoinnissa.

4 Markkinointi myyntipakkauksissa

Markkinoinnilla tarkoitetaan kaikenlaista kaupallista viestintää, jonka tavoitteena taikka suorana tai epäsuorana vaikutuksena on tupakkalain alaisen tuotteen myynnin edistäminen. Myyntipakkauksen merkinnät voivat olla markkinointikiellon vastaisia. Markkinointikiellon vastaisia pakkausmerkintöjä voidaan pitää myynnin edistämisen keinona. Pakkauksen koko, muoto, materiaali, värit ja siinä käytetyt tavaramerkit ja kuviot suunnitellaan usein siten, että kuluttajat saisivat sellaisia markkinoinnillisia ärsykeitä, joiden tiedetään vaikuttavan ostokäyttäytymiseen.

Kiellettyjä ovat kaikki sellaiset pakkausmerkinnät, jotka edistävät tupakkalain alaisten tuotteiden myyntiä. Myös merkinnät, jotka kannustavat tuotteen kulutukseen antamalla väärän vaikutelman tuotteen ominaisuuksista, terveysvaikutuksista, riskeistä tai päästöistä ovat markkinointikiellon vastaisia. Kiellettyjä merkintöjä tupakkatuotteissa voivat olla tekstit, symbolit tai kuvat riippumatta siitä, onko kyseessä tuotteen tavaramerkki vai ei. Myös linkit tai muu ohjaus tupakkalain alaisten tuotteiden markkinointia sisältäville verkkosivuille ovat kiellettyjä. Tapauksissa, joissa tupakkalain alaisen tuotteen myyntipakkaus on mainonnallinen, voidaan pakkauksessa oleviin merkintöihin puuttua markkinointikieltoa koskevan säännöksen nojalla.

Vähittäismyyntipakkausten sisältämät viestit voidaan jaotella informatiivisiin ja myyntiä edistäviin. Tupakkalain alaisen tuotteen vähittäismyyntipakkauksessa olevien tekstien on oltava informatiivisia ja tähdättävä puhtaasti informatiiviseen tarkoitukseen. Esimerkiksi markkinaoikeuden ratkaisussa MAO 84/18 markkinaoikeus on arvioinut savukkeiden vähittäismyyntipakkauksessa esiintyviä tiedotteita tupakkalain 68 §:n markkinointikiellon valossa. Lainvastaisia ovat kaikki sellaiset toimenpiteet, joiden tarkoituksena on aikaansaada tai edistää tupakkalaissa tarkoitettujen tuotteiden kultusta ja kysyntää

Tupakkatuotteita, sähkösavukkeita, täyttösäiliöitä, poltettavaksi tarkoitettuja kasviperäisiä tuotteita, nikotiininesteitä, höyrystettäväksi tarkoitettuja nikotiinittomia nesteitä ja savuttomia nikotiinituotteita saa myydä ja muutoin luovuttaa kuluttajille ainoastaan tupakkalain ja sen nojalla annettujen säännösten sekä asiaa koskevan EU:n lainsäädännön mukaisissa vähittäismyyntipakkauksissa. Tupakkalain alaisten tuotteiden vähittäismyyntipakkauksia säädellään tupakkalain 5 luvussa.

Tupakkatuotteita, sähkösavukkeita ja täyttösäiliöitä koskee vähittäismyyntipakkausten ja tuotteiden yhdenmukaista ulkoasua koskeva niin sanottu plain packaging -sääntely. Savuttomien nikotiinituotteiden osalta kyseinen sääntely tulee voimaan 1.8.2026 (tupakkalain 39 b §).

Yhdenmukaista ulkoasua koskevalla sääntelyllä tarkoitetaan sitä, ettei tuotteen vähittäismyyntipakkaus saa merkinnöiltään erottua muista saman tuoteryhmän vähittäismyyntipakkauksista. Vaikka tupakkalaissa säädetty markkinointikielto koskee vähittäismyyntipakkauksia, markkinointikiellon rajoja kuitenkin koetellaan käytännössä jatkuvasti. Sääntelyllä pyritään varmistamaan, että tuotteiden vähittäismyyntiä ei voida käyttää myynninedistämisen välineenä.

Yhdenmukaistamista koskevan sääntelyn piiriin kuuluu eräiden tuotteiden ulkoasun yhdenmukaistaminen. Tämä tarkoittaa sitä, että itse tuote eli esimerkiksi savuke tai savuton nikotiinituote ei saa ulkoasultaan erottua muista saman tuoteryhmän tuotteista. Myöskään itse tuotteen ulkoasun avulla ei saa edistää tuotteen myyntiä. Sääntelyn johdosta esimerkiksi savuttomia nikotiinituotteita ei saa värjätä houkuttelevan värisiksi, nikotiinipusseista ei saa tehdä esimerkiksi sydämenmallisia eikä niihin saa lisätä kimalletta.

Yhdenmukaista ulkoasua koskevan sääntelyn piiriin kuuluvien tuotteiden pakkausten osalta on lainsäädännössä määritelty kielletyt, sallitut ja pakolliset merkinnät. Esimerkiksi savuttoman nikotiinituotteen vähittäismyyntipakkauksen merkinnät eivät saa edistää tuotteen myyntiä tai kannustaa tuotteen kulutukseen antamalla väärää vaikutelmaa tuotteen ominaisuuksista, terveysvaikutuksista, riskeistä tai päästöistä. Merkinnät eivät myöskään saa antaa ymmärtää, että tuote on vähemmän haitallinen kuin muut tuotteet tai että tuotteessa on pyritty vähentämään joidenkin savun haitallisten osien vaikutusta. Niin ikään on kiellettyä antaa ymmärtää, että tuotteella on elinvoimaa ja energiaa lisääviä, parantavia, nuorentavia, luonnollisia tai orgaanisia ominaisuuksia taikka että sen käytöstä on muuta terveyteen tai elämäntapoihin liittyvää hyötyä. Tuotteen pakkaus ei saa muistuttaa elintarviketta tai kosmeettista valmistetta tai antaa ymmärtää, että tuotteella on ympäristöetuja. Kiellettyjen merkintöjen lista ei kuitenkaan ole tyhjentävä, koska muutkin tuotteen myynninedistämiseen tähtäävät merkinnät voidaan katsoa markkinointikiellon takia kielletyiksi.

Yhdenmukaista ulkoasua koskevan sääntelyn piiriin kuuluvien tuotteiden pakkauksissa saa esittää tuotteen valmistajan tai maahantuojaan yritystietojärjestelmään merkityn toiminimen ja yhteystiedot. Sallittuina yhteystietoina ei kuitenkaan voida pitää tietoa esimerkiksi yrityksen sosiaalisen

median kanavista. Pakkauksessa saa esittää tiedon tuotteen pakkauskoosta, esimerkiksi savuttomien nikotiinituotteiden osalta, kuinka monta nikotiinipussia pakkaus sisältää. Sen sijaan esimerkiksi merkinnät ”Isompi pakkaus” tai ”Uusi pakkauskoko” eivät ole sallittuja. Pakkauksessa saa myös esittää tiedon tuotteen mausta, mutta tietoa ei saa esittää mainonnallisella tavalla.

Esimerkiksi savuttoman nikotiinituotteen pakkauksessa saa esittää viivakoodin. Olisi kuitenkin markkinointikiellon vastaista, jos kuluttaja voisi lukea viivakoodin omalla laitteellaan niin, että saatavilla olisi tuotteen iskulauseita, muita mainonnallisia elementtejä tai tietoja, joita tuotteen pakkauksessa ei saisi antaa. Viivakoodi ei saa myöskään muodostaa kuvaa, kuviota tai symbolia, joka muistuttaa jotakin muuta kuin viivakoodia.

Yhdenmukaisen vähittäismyyntipakkaussäätelyn piiriin kuuluvien tuotteiden pakkauksissa sallituiksi säädetyt tiedot on ilmoitettava siten, ettei vähittäismyyntipakkaus merkinnöiltään erotu muista tuoteryhmän pakkauksista eikä merkintöjen avulla edistetä tuotteen myyntiä. Merkinnät eivät siis saa millään tavoin herättää kuluttajan huomiota ja niiden on oltava ulkoasultaan samanlaisia kaikissa tuoteryhmän vähittäismyyntipakkauksissa tuotemerkestä riippumatta.

5 Yrityskuvamainonta

Puhdas yrityskuvamainonta on sallittua myös tupakkalain alaisia tuotteita valmistavalle, maahantuovalle, myyvälle tai välittävälle yritykselle. Yrityskuvamainonnan taakse ei kuitenkaan voi piiloutua, jos kyseessä on tosiasiaa ja objektiivisesti arvioiden tupakkalain alaisten tuotteiden markkinointi. Yrityskuvamainonta voi joissain tapauksissa johtaa tupakkalain vastaiseen myynninedistämiseen.

Yrityskuvamainonnan käsitettä ei ole määritelty tupakkalaissa. Käsitettä voidaan kuitenkin käyttää apukäsitteenä, joka helpottaa sen hahmottamista, milloin kysymys ei ole tupakkalain alaisten tuotteiden markkinoinnista, vaan esimerkiksi vaikuttamisesta yrityksen imagoon tai tunnettuuteen sijoittajien, osakkeenomistajien tai potentiaalisten työnhakijoiden parissa.

Kun asiaa arvioidaan, täytyy ottaa huomioon kokonaisuus sekä yksittäiset olosuhteet. Tällaisina yksittäisinä olosuhteina voidaan pitää muun muassa ilmoitusten julkaisutapaa sekä sitä kohderyhmää, joiden nähtäville mainonta saatetaan (MAO 441/19).

Markkinaoikeus on katsonut, että esimerkiksi aputoiminimen rekisteröiminen ei anna toiminnanharjoittajalle oikeutta menetellä tupakkalain vastaisesti. Yrityksen aputoiminimen käyttämistä ei voida pitää puhtaana yrityskuvamainontana, jos toiminta kokonaisuutena arvioiden on omiaan herättämään kuluttajissa positiivisia mielikuvia yhtiön tuotteita kohtaan. Myös sinänsä neutraali ja tiedotteenomaisen ilmoittelu, jolla vaikutettaisiin mainostettavan vain yritystä, voi olla kiellettyä markkinointia, jos ilmoitusten tarkoituksena tai ainakin niiden suorana tai epäsuorana vaikutuksena on tupakkalain alaisten tuotteiden myynnin edistäminen (MAO 441/19).

Markkinaoikeus on katsonut, että ympäristö- ja terveysväitteiden esittäminen tupakkalain alaisista tuotteista voi olla tupakkalaissa kiellettyä markkinointia. Kielletyiksi markkinaoikeus on katsonut esimerkiksi tieteelliseen tutkimukseen ja tupakoitsijoiden tarpeisiin viittaavat tai iskulauseenomaiset ilmaukset. Ne voivat luoda kuluttajissa positiivisia mielikuvia tupakkalain alaisesta tuotteista ja ohjata etenkin ympäristö- tai terveysasioista kiinnostuneita kuluttajia tutustumaan tuotteisiin ja käyttämään niitä. Ilmaisujen voidaan katsoa edistävän tuotteiden myyntiä (MAO 60/2025).

Tiedottaminen tupakkalain alaisten tuotteiden saatavuudesta tietyissä myyntipaikoissa voidaan markkinaoikeuden mukaan katsoa edistävän tuotteiden myyntiä verrattuna siihen, että tuotteiden saatavuudesta tietyistä myyntipaikoista ei olisi tiedotettu. Myyntipaikoista tiedottaminen on siten tupakkalaissa kiellettyä markkinointia (MAO 60/2025).

6 Poikkeukset markkinointikiellosta

Tupakkalain markkinointikielto tarkoittaa markkinoinnin täyskieltoa tietyin erikseen säädetyn poikkeuksin.

Tupakkalain 69 §:n mukaan markkinointikieltoa ei sovelleta:

- 1) markkinointiin julkaisussa, joka on painettu ja julkaistu EU:n ulkopuolella, jota ei ole ensisijaisesti suunnattu EU:n markkinoille ja jonka pääasiallinen tarkoitus ei ole tupakkatuotteen, tupakan vastikkeen, tupakointivälineen, tupakkajäljitelmän, sähkösavukkeen tai nikotiininesteen markkinointi;
- 2) yksittäisten keräilykohteina pidettävien, muiden kuin uusien tupakointivälineiden markkinointiin, jos tuotteiden tuotemerkit eivät näy markkinoinnissa;

- 3) tuotetietoon, jota tuotteen valmistaja tai maahantuoja antaa tuotteen myyntiin osallistuville.

Tuotetietona pidetään tietoja tuotteen hinnasta, koostumuksesta, ominaisuuksista, valmistamisesta, terveysvaaroista ja -haitoista, alkuperämaasta ja vähittäismyyntipakkauksesta. Tuotteen valmistaja tai maahantuoja saa esittää muuhun tuotetietoon liitettynä pelkistetyn kuvan tuotteesta tai sen vähittäismyyntipakkauksesta tuotetietona.

Mitään muuta kuvaa tuotetietoon ei saa liittää. Tuotetiedon on oltava sisällöltään sellaista, että tuotteen myyntiin osallistuva saa tuotteesta ja sen ominaisuuksista kokonaisvaltaisen ja oikean tiedon. Tuotetietojen esittäminen ei saa olla mainonnallista.

Tupakan mainontaa ja muuta myynninedistämistä ei saa suunnata edes tupakka-alan ammattilaisille, vaan annettavan tiedon on oltava neutraalia ja asianmukaista sekä sellaista, että myyntiin osallistuva saa tuotteesta ja sen ominaisuuksista kokonaisvaltaisen ja oikean tiedon. Ammattilaisia ovat henkilöt, jotka päätyönään tekevät esimerkiksi tupakkatuotteiden sisään ostamiseen kuuluvia tehtäviä.

6.1 Kuvasto ja luettelo

Markkinointi- ja esilläpitokiellon estämättä vähittäismyyjä saa esittää ostajalle tämän pyynnöstä painetun kuvaston myyntipaikassa myytävänä olevista tuotteista tai niiden vähittäismyyntipakkauksista. Kuvaston ja luettelon sisällön ja ulkoasun on vastattava tupakkatuotteiden ja vastaavien tuotteiden myynnistä annetun sosiaali- ja terveysministeriön asetuksen vaatimuksia. Tupakkalain 72 §:n mukaan vähittäismyyjä saa luovuttaa ostajalle tämän pyynnöstä painetun luettelon mainituista tuotteista sekä niiden hinnoista.

Kuvastoa ja luetteloa koskeva säännös tarkoittaa poikkeusta markkinointikiellosta. Myyjä saa esittää ostajalle kuvaston ja luovuttaa tälle luettelon ainoastaan ostajan pyynnöstä. Kuvastoa ei voida luettelon tapaan luovuttaa asiakkaalle mukaan vietäväksi. Kuvasto ja luettelo eivät voi olla myyntipaikassa esillä siten, että asiakas voi itse ottaa ne ja tutustua niihin.¹

¹Tupakkalain 72 §, HE vp 15/2016 s. 113, sosiaali- ja terveysministeriön asetus 593/2016 ja HE 180/2009 vp s. 19.

Muunlainen kuvaston esittäminen on lähtökohtaisesti markkinointikiellon vastaista.

7 Alennukset ja hintahyvityskielto

Tupakkalain mukaisella mainonnalla ja muulla myyminen edistämistoiminnalla tarkoitetaan kaikkia toimenpiteitä, joiden tarkoituksena on aikaansaada tai edistää tupakkalaissa tarkoitettujen tuotteiden kulutusta ja kysyntää. Mainonnaksi ja muuksi myyminen edistämiseksi katsotaan perinteisten mainosten lisäksi myös esimerkiksi alennusten ja lisäetujen tarjoaminen.

Tupakkatuotteiden, tupakan vastikkeiden, tupakointivälineiden, tupakkajäljitelmien, sähkösavukkeiden tai nikotiininesteiden myyminen alennettuun hintaan on siten kiellettyä tupakkalaissa säädetyn markkinointikiellon vuoksi. Kielto koskee siis perinteisten tupakkatuotteiden ja sähkösavukkeiden lisäksi myös tupakan vastikkeita kuten nikotiinipusseja sekä nikotiinittomia nuuskan kaltaisia pusseja (ns. energianuuska), tupakointivälineitä kuten mm. tupakan sytyttimiä, piippuja ja tuhkakuppeja sekä tupakkajäljitelmiä kuten esimerkiksi piipun mallisia makeisia.

Tupakkalain 70 §:n mukaan elinkeinonharjoittaja ei saa vähittäismyyntissään tarjota eikä maksaa tupakkatuotteen, tupakan vastikkeen, tupakointivälineen, tupakkajäljitelmän, sähkösavukkeen tai nikotiininesteen hinnasta hyvitystä, joka määräytyy mainittujen tuotteiden tai muiden kulutushyödykkeiden ja palvelujen ostojen mukaan. Hintahyvityskielto ei koske tukkumyyntiä.

Lain esitöiden (HE 15/2016) mukaan säännöksellä tarkoitetaan sitä, että tupakkalaissa tarkoitettujen tuotteiden myyntiä ei saa edistää kaupan tai ravintoloiden kanta-asiakaskorttien tai etuohjelmien yhteydessä siten, että tuotteiden ostaminen olisi ostohyvitysten johdosta sitä halvempaa, mitä enemmän niitä tai muita kulutushyödykkeitä ostaa. Tupakkalain 70 §:n tarkoituksena on kieltää nimenomaisesti vain jälkikäteen tuotteiden ostoista maksettavat välittömät rahalliset hyvitykset. Kielto ei kuitenkaan ulotu tupakka- ja muiden tuotteiden ostoista seuraaviin välillisiin etuihin, kuten luottokorttien kanta-asiakasohjelmista saataviin pisteisiin, joilla voi lunastaa itselleen etukäteen ohjelman piiriin rajattuja palkintoja ja tavaralahjoja. Tällaiset välilliset edut perustuvat yleisesti kortin käyttöön ja ne eivät pääasiallisesti kannusta kuluttajia ostamaan nimenomaan tupakkatuotteita.

8 Markkinointikiellon valvonta

Tupakkalain 6 §:n mukaan Valvira ohjaa aluehallintovirastoja ja kuntia niille tupakkalain perusteella kuuluvien tehtävien hoitamisessa. Valvira antaa tarvittaessa tulkintaohjeita yleisten toimintaperiaatteiden ja yhtenäisen valvontakäytännön aikaansaamiseksi koko maassa. Valvira ja kunnat valvovat osittain yhdessä tupakkalain 9 luvussa säädettyä markkinointikieltoa.

Viranomaisten välinen tiivis yhteistyö paikallisella, alueellisella ja valtakunnallisella tasolla mahdollistaa tehokkaan puuttumisen tupakkalaissa tarkoitettujen tuotteiden markkinointikiellon valvontaan.

Valviran ja kunnan toimivalta markkinoinnin valvonnassa määräytyy sen mukaan, kuinka laajalle alueelle markkinointia on kohdistettu. Valviralle kuuluu markkinointia koskevien säännösten valvonta silloin, kun asialla on merkitystä laajemmin kuin yhden kunnan alueella tai markkinointi kohdistuu koko maahan. Esimerkiksi internetissä, televisiossa tai radiossa tapahtuvaan, koko maahan kohdistuvaan markkinointiin puuttuminen kuuluu lähtökohtaisesti Valviralle. Myös markkinointikiellon vastaisten pakkausmerkintöjen kieltäminen on Valviran tehtävänä.² Valvira valvoo markkinoinnin tupakkalain mukaisuuden lisäksi markkinoinnin kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvun mukaisuutta.³ Tästä syystä huomiota tulee kiinnittää myös markkinoinnin hyvän tavan vastaisuuden ja sopimattoman menettelyn kieltoon, kun valvotaan tupakkalaissa tarkoitettujen tuotteiden markkinointia.

Kunta valvoo, ettei tupakkalaissa olevaa markkinointi- ja esilläpitokieltoa rikota sen alueella. Esimerkiksi paikallislehdessä tai paikkakunnalla kotitalouksiin jaettavissa julkaisuissa olevaan markkinointiin voidaan puuttua tehokkaasti kunnan huomautuksin. Kunnan tehtävänä on valvoa myös internetissä toteutettavan markkinointikiellon noudattamista silloin, kun sillä on kiinteä liityntä alueella sijaitsevaan myyntipaikkaan. Työnjako määräytyy pitkälti sen mukaan, voidaanko tupakkalain vastainen markkinointitoimi estää riittävän tehokkaasti kunnan toimenpitein vai onko toiminta niin laajalle ulottuvaa, että se edellyttää valtakunnallista päätöksentekoa.

Tupakkalain toteutumista voidaan valvoa samalla, kun valvontakohteeseen kohdistetaan muuta ympäristöterveydenhuollon valvontaa. Esimerkiksi

²HE vp 15/2016 s. 83.

³HE vp 15/2016 s. 83.

elintarvikemyymälöihin ja kioskeihin kohdistuvan muun ympäristöterveydenhuollon lain mukaisen tarkastuksen yhteydessä on luontevaa valvoa myös tupakan markkinointia koskevia säännöksiä tupakkalain perusteella.⁴

Tehokkaan valvonnan edellytys on, että Valvira saa mahdollisimman nopeasti tiedon markkinointitoimista, jotka on toteutettu laaja-alaisesti. Kunnan tupakkalakia valvovan viranomaisen onkin ilmoitettava havainnoistaan viivytyksettä Valviralle. Samalla on selvitettävä, missä ja milloin markkinointia on toteutettu, sekä annettava mahdolliset tiedot markkinoinnin toimeenpanijasta tai tilaajasta.

8.1 Seuraamukset

Valvira tai kunta voi kieltää tupakkalain vastaisen toiminnan tai määrätä toiminnan korjattavaksi tupakkalain mukaiseksi. Kiellon tehosteeksi voidaan asettaa uhkasakko tai uhka, että asetetun määräajan jälkeen tekemättä jätetty toimenpide teetetään laiminlyöjän kustannuksella- (tupakkalaki 12 luku).

Jos tupakkatuotetta, tupakan vastiketta, tupakointivälinettä, tupakkajäljitelmää, sähkösavuketta tai nikotiinineestettä markkinoidaan tupakkalain 68 §:n vastaisesti eikä menettely rajoitu yhden kunnan alueelle, Valvira voi kieltää markkinointitoimen tilaajaa, sen toimeenpanijaa sekä näiden palveluksessa olevaa jatkamasta ja uudistamasta säännösten vastaista menettelyä (tupakkalaki 99 §).

Markkinointitoimen tilaaja ja toimeenpanija sekä näiden palveluksessa oleva, joka tahallaan markkinoi 68 §:n vastaisesti tupakkatuotetta, tupakan vastiketta, tupakointivälinettä, tupakkajäljitelmää, sähkösavuketta tai nikotiinineestettä taikka pitää 71 §:n vastaisesti tupakkatuotteita, tupakan vastikkeitä, sähkösavukkeita, nikotiinineesteitä tai tupakointivälineitä, jotka on tarkoitettu tupakkatuotteen kuumentamiseen, taikka mainittujen tuotteiden tavaramerkkejä vähittäismyynnissä esillä, on tuomittava tupakan markkinointirikkomuksesta sakkoon (tupakkalaki 110 §).

Jos markkinointi on toteutettu siten, että markkinointia on pidettävä sen toteuttamistapa, kohderyhmän ikä tai koko taikka menettelystä saatu taloudellinen hyöty huomioon ottaen myös kokonaisuutena arvostellen

⁴HE vp 15/2016 s. 83–84 ja Valtakunnallinen tupakkalain valvontaohjelma vuosille 2025–2028.

törkeänä, on markkinointitoimen tilaaja ja toimeenpanija sekä näiden palveluksessa olevaa tuomittava tupakan markkinointirikoksesta sakkoon tai vankeuteen enintään kahdeksi vuodeksi (tupakkalaki 111 §).

Kunta voi myös peruuttaa vähittäismyyntiluvan vähintään viikon ja enintään kuuden kuukauden määräajaksi, jos vähittäismyyntiluvan haltija kunnan tai muun valvontaviranomaisen kirjallisesta varoituksesta taikka rikosoikeudellisesta seuraamuksesta huolimatta 68 §:n vastaisesti markkinoi tupakkatuotteita, tupakan vastikkeitä, tupakointivälineitä, tupakkajäljitelmiä, sähkösavukkeita tai nikotiininesteitä (tupakkalaki 97 §).

Kunta voi peruuttaa vähittäismyyntiluvan pysyvästi, jos vähittäismyyntiluvan haltija luvan määräaikaisesta peruuttamisesta huolimatta jatkaa tai uudistaa lainvastaista toimintaa eikä tekoa ole pidettävä vähäisenä.

9 Lainsäädäntö

Tupakkalain (549/2016) 1 §:n 1 momentin mukaan tupakkalain tavoitteena on ihmisille myrkyllisiä aineita sisältävien ja riippuvuutta aiheuttavien tupakkatuotteiden ja muiden nikotiinipitoisten tuotteiden käytön loppuminen.

Tupakkalain 2 §:n 1 momentin 35 kohdan mukaan markkinoinnilla tarkoitetaan mainontaa, epäsuoraa mainontaa ja muuta myynninedistämistä sekä tupakkasponsorointia.

Tupakkalain 68 §:n mukaan tupakkatuotetta, tupakan vastiketta, tupakointivälinettä, tupakkajäljitelmiä, sähkösavuketta tai nikotiininestettä ei saa markkinoida.

Tupakkalain 69 §:n mukaan, mitä 68 §:ssä säädetään, ei sovelleta:

- 1) markkinointiin julkaisussa, joka on painettu ja julkaistu EU:n ulkopuolella, jota ei ole ensisijaisesti suunnattu EU:n markkinoille ja jonka pääasiallinen tarkoitus ei ole tupakkatuotteen, tupakan vastikkeen, tupakointivälineen, tupakkajäljitelmän, sähkösavukkeen tai nikotiininesteen markkinointi;
- 2) yksittäisten keräilykohteina pidettävien, muiden kuin uusien tupakointivälineiden markkinointiin, jos tuotteiden tuotemerkit eivät näy markkinoinnissa;

- 3) tuotetietoon, jota tuotteen valmistaja tai maahantuoja antaa tuotteen myyntiin osallistuville.

Tupakkalain 69 §:n 2 momentin mukaan 1 momentin 3 kohdassa tarkoitettuna tuotetietona pidetään tietoja tuotteen hinnasta, koostumuksesta, ominaisuuksista, valmistamisesta, terveysvaaroista ja -haitoista, alkuperämaasta ja vähittäismyyntipakkauksesta. Kuva tuotteesta tai sen vähittäismyyntipakkauksesta voidaan antaa tuotetietona ainoastaan muuhun tuotetietoon liitettynä. Muuta kuvaa tuotetietoon ei saa liittää. Tuotetiedon on oltava sisällöltään sellaista, että tuotteen myyntiin osallistuva saa tuotteesta ja sen ominaisuuksista kokonaisvaltaisen ja oikean tiedon.

Tupakkalain 71 §:n 1 momentin mukaan tupakkatuotteita, tupakan vastikkeita, sähkösavukkeita, nikotiininesteitä tai tupakointivälineitä, jotka on tarkoitettu tupakkatuotteen kuumentamiseen tai mainittujen tuotteiden tavaramerkkejä ei saa pitää esillä tupakkatuotteiden, tupakan vastikkeiden, tupakointivälineiden, tupakkajäljitelmiä, sähkösavukkeiden tai nikotiininesteiden vähittäismyyntissä.

Tupakkalain 71 §:n 2 momentin mukaan pykälän 1 momentissa säädetty esilläpitokielto ei kuitenkaan koske sellaista erillisellä sisäänkäynnillä varustettua myyntipaikkaa, jossa myydään lähes yksinomaan tässä laissa tarkoitettuja tuotteita, jos tuotteita ja niiden tavaramerkkejä ei voida nähdä myyntipaikan ulkopuolelta.

Tupakkalain 71 §:n 3 momentin mukaan, mitä 1 momentissa säädetään, ei koske myyntiä kansainvälisessä meriliikenteessä käytettävällä aluksella.

Tupakkalain 72 §:n mukaan sen estämättä, mitä 68 ja 71 §:ssä säädetään, vähittäismyyjä saa esittää ostajalle tämän pyynnöstä painetun kuvaston myyntipaikassa myytävänä olevista tuotteista tai niiden vähittäismyyntipakkauksista. Vähittäismyyjä saa myös luovuttaa ostajalle tämän pyynnöstä painetun luettelon mainituista tuotteista sekä niiden hinnoista.

Tupakkalain 6 §:n 1 momentin 3 kohdan mukaan Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto (Valvira) ohjaa aluehallintovirastoja ja kuntia niille tupakkalain perusteella kuuluvien tehtävien hoitamisessa. Valvira valvoo tupakkalaissa tarkoitettujen tuotteiden markkinointia koko maassa.

Tupakkalain 8 §:n 1 momentin 2 kohdan mukaan kunta valvoo alueellaan tupakkalaissa säädettyjen markkinointi- ja esilläpitokielloja koskevien säännösten noudattamista.

Tupakkalain 87 §:n mukaan Valviralla ja kunnalla on oikeus saada maksutta ja salassapitosäännösten estämättä tässä laissa tarkoitettujen tuotteiden valmistajilta, maahantuojilta ja myyjiltä sekä muilta viranomaisilta tietoja, jotka ovat välttämättömiä tämän lain ja sen nojalla annettujen säännösten ja määräysten vastaisen toiminnan selvittämiseksi.

Tupakkalain 87 §:n 2 momentin mukaan, jos 1 momentissa tarkoitettuja tietoja ei anneta määräajassa, Valvira tai kunta voi asettaa velvoitteen tehosteeksi uhkasakon. Uhkasakon tuomitsee hallinto-oikeus uhkasakon asettajan hakemuksesta. Uhkasakkoa ei kuitenkaan saa asettaa, jos asianomaista on aihetta epäillä rikoksesta ja pyydetty aineisto liittyy rikosepäilyn kohteena olevaan asiaan.

Tupakkalain 96 §:n mukaan, jos kunta valvontatehtävässään havaitsee alueellaan tupakkalain tai sen nojalla annettujen säännösten vastaista toimintaa, kunta voi kieltää tällaisen toiminnan tai määrätä toiminnan korjattavaksi tämän lain mukaiseksi.

Tupakkalain 97 §:n mukaan kunta voi peruuttaa 44 §:ssä tarkoitetun tai vanhan tupakkalain nojalla myönnetyn vähittäismyyntiluvan vähintään viikon ja enintään kuuden kuukauden määräajaksi, jos vähittäismyyntiluvan haltija kunnan tai muun valvontaviranomaisen kirjallisesta varoituksesta taikka rikosoikeudellisesta seuraamuksesta huolimatta:

- 7) 68 §:n vastaisesti markkinoi tupakkatuotteita, tupakan vastikkeitä, tupakointivälineitä, tupakkajäljitelmiä, sähkösavukkeita tai nikotiininesteitä;
- 8) 71 §:n vastaisesti pitää tupakkatuotteita, tupakan vastikkeitä, sähkösavukkeita, nikotiininesteitä tai tupakointivälineitä, jotka on tarkoitettu tupakkatuotteen kuumentamiseen, taikka mainittujen tuotteiden tavaramerkkejä esillä myyntipaikassa.

Tupakkalain 97 §:n 2 momentin mukaan kunta voi peruuttaa vähittäismyyntiluvan pysyvästi, jos vähittäismyyntiluvan haltija luvan määräaikaisesta peruuttamisesta huolimatta jatkaa tai uudistaa 97 §:n 1 momentissa tarkoitettua lainvastaista toimintaa eikä tekoa ole pidettävä vähäisenä.

Tupakkalain 99 §:n mukaan, jos tupakkatuotetta, tupakan vastiketta, tupakointivälinettä, tupakkajäljitelmää, sähkösavuketta tai nikotiininestettä

markkinoidaan 68 §:n vastaisesti eikä menettely rajoitu yhden kunnan alueelle, Valvira voi kieltää markkinointitoimen tilaajaa, sen toimeenpanijaa sekä näiden palveluksessa olevaa jatkamasta ja uudistamasta säännösten vastaista menettelyä.

Tupakkalain 101 §:n mukaan 99 §:ssä tarkoitetuissa asioissa Valvira voi asettamassaan määräajassa velvoittaa valmistajan tai maahantuojan ottamaan tuotteen pois markkinoilta tämän kustannuksella. Valviran on peruutettava markkinoilta poistamista koskeva velvoite heti, kun sille ei enää ole perustetta.

Tupakkalain 102 §:n mukaan, jos 99 §:ssä tarkoitettujen säännösten vastaisen menettelyn jatkaminen tai uudistaminen on menettelyn laadun tai merkityksen johdosta tarpeen estää kiireellisesti, Valvira voi väliaikaisesti ennen asian lopullista ratkaisemista antaa tätä koskevan kiellon. Väliaikainen kiello tulee voimaan heti, ja se voidaan peruuttaa ennen asian lopullista ratkaisemista.

Tupakkalain 103 §:n mukaan Valvira voi 99 tai 102 §:ssä säädetystä kiellosta taikka 101 §:ssä säädetystä markkinoilta poistamisesta päättäessään velvoittaa kiellon tai määräyksen saaneen suorittamaan asetetussa määräajassa ja viraston määräämällä tavalla virheellisiä tai harhaanjohtavia tietoja koskevan oikaisutoimen, jos sitä säännösten vastaisesta menettelystä aiheutuvien ilmeisten haittojen vuoksi on pidettävä tarpeellisenä.

Tupakkalain 105 §:n mukaan Valvira tai kunta voi asettaa tämän lain säännösten perusteella antamansa kiellon tai määräyksen tehosteeksi uhkasakon.



Valvira

Sosiaali- ja terveysalan
lupa- ja valvontavirasto

Sosiaali- ja terveysalan
lupa- ja valvontavirasto, Valvira

Ratapihantie 9, 00520 Helsinki
PL 43, 00521 Helsinki
Ounasjoentie 6, 96200 Rovaniemi

Puhelin 0295 209 111
kirjaamo@valvira.fi
valvira.fi