

Eduskunnan Talousvaliokunnalle

Lidl Suomi Ky:n lausunto luonnoksesta hallituksen esitykseksi alkoholilain kokonaisuudistuksesta HE 100/2017 (STM075:OO/2011)

Lidl Suomi Ky haluaa kiittää mahdollisuudesta lausua luonnoksesta hallituksen esitykseksi alkoholilain kokonaisuudistuksesta.

- **Enintään 5,5 % prosenttia sisältävien alkoholijuomien myynnin vapauttaminen vähittäiskauppaan lisää terveen kilpailun mahdollisuuksia ja edistää kasvun sekä työpaikkojen syntymistä**

Luonnoksessa hallituksen esitykseksi alkoholilain kokonaisuudistuksesta hallitus esittää kaikkien enintään 5,5 tilavuusprosenttia sisältävien alkoholijuomien myynnin vapauttamista päivittäistavarakauppaan. Lidl Suomi näkee ehdotuksen erittäin kannatettavana, sillä uudistuksella on useita positiivisia vaikutuksia niin terveeseen kilpailuun kuin suomalaiseen työllisyyteen ja kasvuun sekä suomalaiseen ruokakulttuuriin.

Alkoholin matkustajatuonnin korvautuminen kotimaisella myynnillä toisi Suomelle lisää verotuloja ja samalla synnyttäisi työpaikkoja sekä kasvua kaupan investointiedellytysten parantuessa. Alkoholijuomien matkustajatuonti vähenisi neljänneksen (litroissa) ja IV-oluen ja lonkeron osalta tuonti puolittuisi. Samalla alkoholijuomaverojen tuotto kasvaisi noin 35 miljoonalla eurolla (Taloustutkimus 2017).

Uudistus turvaisi myös kattavaa suomalaista ruokakauppaverkostoa, sillä pienten ruokakauppojen elinmahdollisuuksien ja kilpailukyvyyn parantuessa, kuluttajilla olisi vähemmän tarvetta asioida suuremmissa keskittymissä, joissa Alko tyypillisesti sijaitsee. Tällä hetkellä Alkon myymälän sijainti päivittäistavarakaupan vieressä lisää kaupan myyntiä noin 15 % ohjaamalla kuluttajavirtoja ja ostokäyttäytymistä kyseisiin kauppoihin (lähde: PTY / A.C. Nielsen Finland Oy 2005). Lisäksi Alkon myymälän läheisyys ja viinien ostomahdollisuus lisää asiakkaiden ostoskorin arvoa erityisesti loppuviikon ruokakaupassa. Uudistuksen myötä Alkon sijainnin merkitys kilpailulle vähenisi ja näin ollen terve kilpailu lisääntyisi.

Alle 5,5 % sisältävien alkoholijuomien myynnin vapauttaminen ei myöskään nostaisi merkittävästi alkoholin kokonaiskulutusta väkevien alkoholijuomien kulutuksen laskiessa ja kotimaisen myynnin korvattessa matkustajatuontia (PTT 2013). Matkustajatuonnin vähentyessä näiden juomien myynti siirtyisi tehokkaamman ikärajavalvonnan piiriin Suomessa, jolloin alkoholin välittäminen alaikäisille vähentyisi. On myös huomionarvoista, että alkoholipitoisuuden nosto päivittäistavarakaupassa myydyissä alkoholijuomissa lisää valikoiman laajuutta lähinnä vain laadukkaampien ja hintavampien tuotteiden osalta – volyymituotteet tulevat jatkossakin olemaan edullisimpia matalamman alkoholipitoisuuden tuotteita.

Suomessa on palattava mietoja alkoholijuomia suosivaan politiikkaan, sillä tällä hetkellä muun muassa alkoholivero painottuu lähes yhtä paljon mietoihin ja väkeviin alkoholijuomiin. Jokaisen kuluttajan päätös ostaa 5,5 % vahvuinen alkoholijuoma päivittäistavarakaupasta vähentää väkevien alkoholijuomien ostamista ja kuluttamista Alkosta.

- **Vähittäiskaupassa myytyjen alkoholijuomien valmistustaparojoitteen poistaminen on välttämätöntä**

Lidl Suomi näkee päivittäistavarakaupassa myytävien alkoholijuomien valmistustaparojoitteen poistamisen välttämättömänä ja uudistuksen erittäin kannatettavana. Valmistustaparojoite, jossa päivittäistavarakaupassa myytävien alkoholijuomien alkoholi pitää olla syntynyt käymisteitse, on saman alkoholipitoisuuden omaavien tuotteiden välillä epätasa-arvoinen ja kilpailua vääristävä.



Kaikki alkoholijuomien alkoholi on maatalousperäisistä raaka-aineista valmistettua, jolloin valmistustaparajoitteessa on ollut kyse ainoastaan siitä, voiko alkoholikomponentin valmistaa erillisessä tuotantoprosessissa. Eri valmistustavoilla valmistettujen alkoholijuomien välillä ei ole terveydellisiä eroja alkoholipitoisuuden ollessa yhtäläinen. Sekoitejuoma ei siis ole käyttäjän terveydelle sen vaarallisempi tai terveellisempi kuin käymisteitse valmistettu alkoholijuoma. Molempien valmistustapojen juomia maustetaan ja värjätään jo nyt erilaisilla luonnollisilla ja synteettisillä ainesosilla muun muassa sesonkimakujen ja valikoiman vaihtelun aikaansaamiseksi. Päivittäistavarakaupassa näitä on käymisteitse valmistettuna ollut myynnissä jo vuosikausia. Kyseessä on siis vain valmistustavan rajaama kilpailunrajoite. On erittäin huomionarvoista, että sekoitejuomien myymistä päivittäistavarakaupassa ei ole kielletty missään muussa EU-maassa.

Näemme julkisen keskustelun sekoitejuomista antaneen väärän kuvan uudistuksesta. Valmistustaparajoitteesta luopumisella ei ole minkäänlaisia vaikutuksia mainontaan ja tuotteiden esilläpitoon liittyviin säädöksiin. Sekoitejuomien kategoria on lähtökohtaisesti pieni ja tuotteet selkeästi aikuisille suunnattuja. Koemme "limuviina" termin asenteellisena, tuotteiden arvoa alentavana ja myös harhaanjohtavana kuvauksena sekoitejuomille eikä termiä tulisi siksi käyttää.

- **Lausunnonantajasta**

Lidl on Suomen kolmanneksi suurin päivittäistavarakauppa yli 9 % markkinaosuudella. Lidlin konseptin ydin on parhaan hinta-laatusuhteen tarjoaminen asiakkaille iloisesti palvellen. Suomessa viime vuosina vauhdikkaasti kasvaneessa organisaatiossa työskentelee yli 5000 henkilöä. Yli 160 myymälän verkosto ulottuu Hangosta Sodankylään ja tavarantoimitukset myymälöihin hoidetaan Janakkalan ja Laukaan jakelukeskuksista. Lidl Suomen kolmannen jakelukeskuksen iso yli 100 miljoonan euron investointi Järvenpäähän on käynnistynyt kuluvana vuonna. Viidentoista vuoden aikana Lidl on investoinut Suomeen yli 700 miljoonaa euroa ja kuluvalle tilikaudelle on suunniteltu yli 100 miljoonan euron investointeja.

Lidl Suomi Ky

Espoo 5.10.2017

Timo Hansio

Kaupallinen johtaja

+358 923 456 475

timo.hansio@lidl.fi