

Altian lausunto eduskunnan sosiaali- ja terveysvaliokunnalle 15.11. valiokuntakuulemiseen

Lausuntokierroksella oleva lakiluonnos alkoholilain kokonaisuudistukseksi on vastuullinen ja hallittu askel kohti sujuvampaa sääntelyä sekä normien purkua. Altia kokee, että muutamia kohtia lakiluonnoksessa on syytä tarkentaa eduskuntakäsittelyssä. Vetoamme sosiaali- ja terveysvaliokuntaan, että:

1. Valiokunta pidättäytyisi lakiesityksen muotoilussa valmistustapaneutraliteetin osalta, joka **vapauttaisi päivittäistavarakaupan juomasekoitusten raaka-aineen.**
2. Lisäksi haluamme kiinnittää valiokunnan huomion suomalaisen alkoholiteollisuuden viennin edistämiseen, erityisesti **verkkokaupan sallimiseen vientimarkkinoille.**

1. Päivittäistavarakaupan juomasekoitusten raaka-aineen vapauttaminen

Lain toisessa luvussa esitetty päivittäistavarakaupan juomasekoitusten raaka-aineen vapauttaminen on Altialle merkittävä uudistus, joka sujuvoittaa sääntelyä. Nykyinen valmistustaparajoite on keinotekoinen, sillä tuotteet ovat vastaavankaltaisia ja esimerkiksi kohdekuluttajaryhmissä ei ole eroja raaka-aineen perusteella.

Laki on rajoittanut vapaata kilpailua, salliessaan markkinoille pääsyn ainoastaan tietyllä raaka-ainepohjalla. Neutraali valmistuspohja on tärkeä uudistus, jossa on kyse vapaan ja syrjimättömän kilpailun edistämisestä. Muissa EU-maissa ei ole vastaavaa rajoitusta.

2. Viennin esteiden poistaminen: vientiin suuntautuva verkkokauppa

Digitalisaatio on hallitusohjelman tärkeä tavoite ja sen tulisi koskea myös juoma-alaa. Alkoholit on suomalaisen elintarvikealan suurin vientituote (arvoltaan 150 miljoonaa), mutta täyden vientipotentiaalin täyttymiselle on vielä merkittäviä esteitä. Tällä hetkellä kotimaiset toimijat eivät ole tasavertaisessa kilpailuasetelmassa ulkomaisten yritysten kanssa.

Luku- ja pykäläkohtaiset huomiot

2 luku, 6 §, 1 momentti, kohta 3 Luvanvaraisuuden poikkeukset *Verkkokauppa vientimarkkinoille*

- Suomessa toimiville yrityksille tulisi antaa mahdollisuus harjoittaa vientimarkkinoille suunnattua verkkokauppaa.
- Viennin salliminen verkkokaupan kautta tulisi selkeästi mainita laissa, koska viranomaisen tulkinta asiasta on tiukka.
- Verkkokauppa on keskeinen kansainvälistymisen ja viennin keino erityisesti pienille yrittäjille.
- Verkkokauppa on helppo testata näkymästä suomalaisille kuluttajille (geoblokkaus).

7 luku, 49 § Markkinoinnin sääntely *Yritysviestintä väkeviin tuotteisiin liittyen*

- Väkevien markkinoinnin kielto estää yrityksiä antamasta perustietoa väkeivistä tuotteista, mikä hankaloittaa yritysten mahdollisuuksia löytää potentiaalisia jakelijoita, agentteja ja muita vientikanavia.
- Ehdotettu muutos 7 luvun 49 §:ään ratkaisee osan tästä ongelmasta mahdollistamalla perustietojen antamisen väkeivistä tuotteista painetussa ja tietoverkossa esitetyssä valmistajan tai tukkumyyjän tuoteluettelossa.
- Poikkeus tulisi ulottaa nimenomaisesti myös yritysviestintään, kuten vuosikertomuksiin, lehdistötiedotteisiin ja muihin yritysviestinnän kanaviin, joissa on oleellista kertoa yrityksen toiminnasta sidosryhmille kuten sijoittajille, yhteistyökumppaneille jne. myös väkeviin tuotteisiin liittyen.