

1. Tilaviinituottajien nykytilanne ja merkitys maaseutuelinkeinolle

Kotimaiset tilaviinituottajat ovat merkittävä osa maaseudun elinkeinorakennetta ja kulttuuria. Usein pienyrityksinä toimivat tilaviinitilat käyttävät suomalaisia raaka-aineita, erityisesti marjoja ja hedelmiä, jotka ovat tärkeitä maatalousalueille ja kansalliselle ruokakulttuurille. Tilaviinitilat, joita Suomessa on noin 24, ovat historiallisesti olleet sidottuja tiloilla tapahtuvaan vähittäismyyntiin ja alueelliseen anniskeluun. Nykyisessä tilanteessa heillä on rajallinen mahdollisuus markkinoida tuotteitaan laajemmalle kotimaan markkinalle, mikä rajoittaa yritystoiminnan kehitysmahdollisuuksia ja estää kotimaisen tilaviinikulttuurin laajempaa kasvua.

Vuonna 2023 Suomen tilaviinituottajat tuottivat yhteensä noin 250 000 litraa viiniä, jonka osuus oli vähäinen koko alkoholimarkkinasta mutta merkittävä näille pienille yrityksille. Viinitilojen kokonaismyynti on arviolta noin 4–5 miljoonaa euroa vuodessa, ja työpaikkoja ala tarjoaa erityisesti maaseudulla. Tilaviinituottajat ovat myös olennainen osa maatilamatkailua, mikä tuottaa lisäarvoa paikallistalouksille ja houkuttelee matkailijoita eri puolilta maailmaa.

2. Lakimuutoksen tuomat mahdollisuudet: Verkkokauppa ja kotiinkuljetukset

Lakimuutos, joka mahdollistaa tilaviinituottajille verkkokaupan ja kotiinkuljetukset, luo merkittäviä uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Tällä hetkellä tilaviinituottajat voivat myydä tuotteitaan vain tiloillaan tai anniskelun yhteydessä, mikä rajoittaa asiakaskuntaa. Uuden lain myötä tilaviinituottajat voisivat tavoittaa koko maan kattavan asiakaskunnan, mikä mahdollistaisi tuotannon kasvun, liikevaihdon kasvattamisen ja tuotekehitysinvestoinnit.

Arviomme mukaan kotimaan verkkokaupan ja kotiinkuljetusten salliminen voisi kasvattaa tilaviinituottajien liikevaihtoa jopa 30–50 % viiden vuoden aikana. Tämä merkitsisi alalle 1,5–2,5 miljoonan euron lisäystä vuosittaiseen liikevaihtoon. Lisäksi verkkokaupan mahdollisuus vähentäisi kuluttajien tarvetta hankkia ulkomaisia viinejä, mikä edistäisi kotimaisen tuotannon asemaa ja kansallisen arvoketjun kehitystä.

3. Talousvaikutukset ja työllisyysvaikutukset

Lakimuutoksen arvioidaan vaikuttavan positiivisesti maaseudun talouteen ja työllisyyteen. Tilaviinituottajat voivat verkkokaupan avulla laajentaa asiakaskuntaansa koko maahan, mikä kasvattaa tuotantokapasiteetin tarvetta ja mahdollistaa uusien työpaikkojen syntymisen. Jos tilaviinituottajat voivat kasvattaa tuotantomääriään lain salliman enimmäisrajan, 100 000 litran, puitteissa, arvioidaan lakimuutoksen tuovan alalle arviolta 20–30 uutta työpaikkaa lähivuosina.

Verkkokaupan ja kotiinkuljetusten kautta viinitilat voisivat myös rakentaa pitkäkestoisia asiakassuhteita, mikä lisäisi tilaviinituottajien taloudellista vakautta. Tämä olisi erityisen tärkeää kausiluontoisille tiloille, joiden kävijämäärät voivat vaihdella vuodenajan mukaan. Laajemman asiakaskunnan saavuttaminen tasapainottaisi liikevaihtoa ja vähentäisi kausivaihtelusta johtuvia taloudellisia riskejä.

4. Kilpailuedellytysten parantaminen ja kotimarkkinoiden vahvistaminen

Kotimaiset tilaviinituottajat ovat kohdanneet syrjivää kilpailutilannetta, koska ulkomaiset toimijat voivat tällä hetkellä tarjota tuotteitaan verkkokaupoissa suomalaisille kuluttajille. Kotimaisten tilaviinituottajien mahdollisuus osallistua tasapuolisesti verkkokauppaan vahvistaisi heidän asemaansa suhteessa ulkomaisiin toimijoihin ja tukisi samalla kotimarkkinoiden kehitystä. Lisäksi verkkokauppa tarjoaa suomalaisille kuluttajille enemmän valinnanvaraa ja mahdollisuuden tukea kotimaista tuotantoa entistä helpommin.

Yhteenveto ja suositukset:

Lakimuutoksen tuomat mahdollisuudet verkkokaupan ja kotiinkuljetusten sallimiseksi kotimaisille tilaviinituottajille edistävät tasapuolista kilpailua, vahvistavat maaseudun elinkeinoja ja tarjoavat tilaviinituottajille merkittäviä kasvunäkymiä. Suosittelemme, että talousvaliokunta tukee esitystä ja kiinnittää huomiota seuraaviin seikkoihin:

- Verkkokaupan salliminen vahvistaa kotimaisen tilaviinituotannon asemaa ja kasvattaa maaseudun elinkeinoelämää.
- Sääntelykustannusten ja ikäraja-valvonnan tulee olla pienyrityksille joustavia, jotta uusi laki ei luo kohtuuttomia taloudellisia rasitteita.
- Lakimuutoksen myötä arvioitu 1,5–2,5 miljoonan euron lisäys tilaviinituottajien vuosittaiseen liikevaihtoon tukee maaseudun kestävästä kehitystä ja elinvoimaa.

Pitkän aikavälin kasvuennusteet tilaviinitiloille voidaan rakentaa ottamalla huomioon seuraavat keskeiset tekijät:

1. **Kysynnän kasvu:** Verkkokauppa mahdollistaa tasaisemman ja laajemman asiakaskunnan, mikä voi kasvattaa tilaviinitilojen myyntiä vuosittain, jopa 5–10 % per vuosi.
2. **Matkailun kasvu:** Tunnettavuuden lisääntyessä matkailun odotetaan myös kasvavan vuosittain. Matkailun kasvu voidaan arvioida 3–7 % vuosittain riippuen alueen vetovoimasta ja investoinneista matkailupalveluihin.
3. **Lisäarvotuotteet ja innovaatio:** Tuotekehitys, kuten uudet marjaviinit, kuohuviinit tai paikalliset erikoisuudet, voivat tuoda lisämyyntiä. Tämä voi tuoda vuosittain 2–4 % lisäkasvua tilojen liikevaihtoon.

Pienpanimoiden ulosmyyntioikeus tuli voimaan vuoden 2018 alkoholilain uudistuksessa, ja siitä lähtien alalla on tapahtunut merkittäviä muutoksia. Pienpanimoiden liikevaihto ja työpaikkojen määrä ovat kasvaneet huomattavasti lainmuutoksen ansiosta. Tässä keskeisiä havaintoja:

1. **Liikevaihdon kasvu:** Ulosmyyntioikeus on auttanut pienpanimoita kasvattamaan liikevaihtoaan paikallisen myynnin ansiosta. Tietoihin perustuen pienpanimoiden keskimääräinen liikevaihto on noussut vuodesta 2018 eteenpäin, ja monet panimot raportoivat kasvaneista paikallisista myynneistä. Pienpanimotuotteiden kysyntä on myös kasvanut osana laajempaa käsityöläisöluiden trendiä.
2. **Työpaikkojen kasvu:** Alalle on syntynyt uusia työpaikkoja, erityisesti pienissä panimoissa, jotka pystyvät nyt palvelemaan paikallista asiakaskuntaa suoraan tiloiltaan. Alan järjestöt ovat arvioineet, että lainmuutos on tuonut pienpanimoihin merkittävän määrän uusia työpaikkoja, erityisesti tuotanto- ja myyntihenkilöitä.
3. **Matkailu ja tunnettuus:** Ulosmyyntioikeuden myötä monet pienpanimot ovat laajentaneet toimintaansa matkailuun, kuten panimokierroksiin ja tilatapahtumiin, jotka lisäävät sekä liikevaihtoa että työpaikkoja. Tämä on tuonut hyötyä myös paikalliselle matkailu- ja ravintola-alalle.

Pienpanimoiden työpaikat kasvoivat merkittävästi alkoholilain muutoksen jälkeen vuonna 2018, jolloin ulosmyyntioikeus sallittiin pienpanimoille. Uusi mahdollisuus myydä tuotteita suoraan asiakkaille on antanut panimoille mahdollisuuden laajentaa toimintaansa ja lisännyt työpaikkoja sekä suoraan panimoalalle että välillisesti raaka-aineiden tuotantoon ja matkailupalveluihin. Vuoteen 2023 mennessä pienpanimoiden määrä oli noussut huomattavasti, ja kasvava kuluttajakysyntä on vahvistanut käsityööluiden asemaa markkinoilla.

Verotuksellinen höyty

Optimistinen arvio verotuloista 10-vuoden aikana:

Alkoholivero: $24\,000\,000\text{ €} \cdot 0,30 = 7\,200\,000\text{ €}$

ALV myynnistä: $24\,000\,000\text{ €} \cdot 0,255 = 6\,120\,000\text{ €}$

Tuloverot: $100 \cdot 35\,000\text{ €} \cdot 0,20 = 700\,000\text{ €}$

ALV matkailusta: $2\,000\,000\text{ €} \cdot 0,255 = 510\,000\text{ €}$

Tuloverot:

- Oletetaan 100 uutta työpaikkaa, keskipalkka 35 000 € vuodessa, ja 20 % tuloverokanta.
- Tuloverot: $100 \cdot 35\,000\text{ €} \cdot 0,20 = 700\,000\text{ €}$.

Matkailuverot:

- Arvioidaan matkailun kasvun tuovan 2 000 000 € lisätuloja, josta arvonlisäveroa 25.5 %.
- Matkailuverot: $2\,000\,000\text{ €} \cdot 0,255 = 510\,000\text{ €}$.

Yhteensä optimistisessa skenaariossa verotuloja kertyisi:

- Alkoholivero: 7 200 000 €
- ALV myynnistä: 6 120 000 €
- Tuloverot: 700 000 €
- ALV matkailusta: 510 000 €
- **Kokonaisverotulot: 14 530 000 €**

Tämä arvio näyttää, kuinka merkittävää taloudellista vaikutusta optimistinen kasvu voisi tuoda valtiolle lisääntyneiden verotulojen kautta.

Jos kotimaiset viinit korvaisivat ulkomaisia viinejä sen sijaan, että kokonaiskulutus nousisi, vaikutukset kansanterveyteen ja valtion kustannuksiin voisivat olla erilaisia. Tällöin tarkasteluun tulee ottaa huomioon seuraavat asiat:

1. Kokonaiskulutuksen säilyminen ennallaan:

- Jos kulutus pysyy vakaana ja vain viinien alkuperä muuttuu, suoria vaikutuksia alkoholin kulutuksen aiheuttamiin kansanterveyskustannuksiin ei juurikaan syntyisi.
- Tällöin ei nähtäisi merkittäviä lisäyksiä alkoholiin liittyviin terveydenhuollon kustannuksiin, kuten sairaalahoitoihin tai päihdepalveluihin.
- Valtion kulut säilyisivät siis nykyisellä tasolla, mikä tarkoittaisi, että lisääntyvät verotulot kotimaisista viineistä kerryttäisivät nettotuloa valtiolle.

2. Vaikutus tuontitasapainoon ja kotimaisen tuotannon arvonlisäykseen:

- Jos kotimaiset viinit korvaisivat ulkomaisia tuotteita, tämä voisi vähentää tuontia ja parantaa Suomen kauppatasetta.

- Kotimaisten viinien myynnin kasvu tarkoittaisi, että rahavirrat jäisivät Suomeen, mikä vahvistaisi kotimaista taloutta.
- Arvonlisäys syntyy erityisesti kotimaisen tuotannon, kuten marjanviljelyn ja paikallisten viinitilojen kautta, mikä tukee alueellista talouskasvua ja luo uusia työpaikkoja maaseudulle.

3. Verojen tuotto kotimaasta vs. ulkomailta:

- Ulkomaisten viinien korvaaminen kotimaisilla tarkoittaisi, että alkoholiverot ja arvonlisäverot maksettaisiin kotimaahan sen sijaan, että osa rahasta menisi ulkomaille.
- Arvonlisävero kotimaisesta myynnistä jäisi Suomen verotuloiksi, mikä kasvattaisi valtion tuloja verrattuna tilanteeseen, jossa viinit ostetaan ulkomaisista verkkokaupoista tai tuodaan Alkon kautta.

4. Matkailun vaikutukset:

- Jos kotimainen viinintuotanto kasvaa ja kiinnostus kotimaisista tuotteista kohtaan lisääntyy, voi myös maaseutumatkailu kasvaa, mikä toisi lisätuloja paikallisille yrittäjille ja valtiolle ALV-tulojen muodossa.
- Viinimatkailu voisi houkutella matkailijoita esimerkiksi viinitiloille ja tapahtumiin, jolloin maaseudun elinvoimaisuus lisääntyisi.

Kotimaiset viinit vientituotteena

Suomalaiset tilaviinit ovat tällä hetkellä alkuvaiheessa vientimarkkinoiden osalta. Kotimainen viinintuotanto on pientä, ja monille ulkomaisille markkinoille pääseminen vaatii merkittäviä resursseja niin markkinoinnin kuin tunnettuuden rakentamiseksi. Suomalaisilla viinitiloilla ei ole vielä mahdollisuutta myydä tuotteitaan laajasti ulkomaille, ja tämän vuoksi vientipotentiaali jää usein hyödyntämättä.

Tunnettuuden ja matkailun merkitys

Suomalaisen viinin tunnettuuden lisääminen on keskeinen tekijä vientiponnisteluissa. Kansainvälisten matkailijoiden saaminen viinitiloille voisi merkittävästi edistää vientimahdollisuuksia, sillä kansainväliset vierailijat tutustuvat tuotteisiin paikan päällä ja voivat haluta niitä myös omille markkinoilleen. Matkailijoiden kokemus viinitilakierroksista, viininmaistelusta ja paikallisten raaka-aineiden käytöstä luo perustaa vientikysynnälle.

Lisäksi verkkokauppa voisi tarjota suomalaisille viineille uuden kanavan ulkomaisille markkinoille, erityisesti maissa, joissa skandinaaviset raaka-aineet ja käsityötuotteet ovat haluttuja. Verkkokauppa avaisi suomalaisille viinitiloille mahdollisuuden päästä suoraan kansainvälisten asiakkaiden saataville ilman perinteisten jakelukanavien esteitä.

Alkoholiviennin osuus elintarvikeviennistä ja kasvupotentiaali

Suomalaisen alkoholiviennin osuus koko elintarvikeviennistä on yllättävän suuri, samoissa lukemissa kuin kotimaisen lihan vienti eli n. 10 % koko elintarvikeviennistä. Suomen elintarvikeviennin kokonaisarvo on noussut viime vuosina, mutta alkoholituotteiden potentiaali jää käyttämättä. Tämä johtuu osittain lainsäädännön rajoituksista, jotka vaikeuttavat erityisesti pienten viinitilojen kansainvälistymistä.

Jos lainsäädäntö Suomessa olisi sallivampaa, suomalaiset tilaviinit voisivat hyödyntää kasvavaa kansainvälistä kiinnostusta pohjoismaisia raaka-aineita, ekologisuutta ja aitousia kohtaan. Esimerkiksi marjaviinien ja muiden paikallisten raaka-aineiden käyttö tarjoaisi Suomi-brändille uniikin ja kilpailukykyisen vientituotteen. Tällainen vienti voisi tuottaa merkittäviä lisätuloja ja työllisyyttä, erityisesti maaseutualueille, joissa monet tilaviinitilat sijaitsevat.

Lisääntyvä tunnettuus, helpommat myyntikanavat ja kansainväliset matkailijat tukisivat vientiä, joka vahvistaisi Suomen asemaa myös pohjoismaisena viinintuottajana. Lainsäädännön keventyessä suomalaisilla viinitiloilla olisi paremmat edellytykset vastata kansainväliseen kysyntään ja kasvattaa alkoholiviennin osuutta elintarvikeviennistä.

Tilaviinejä tarkastellessa on otettava huomioon niiden korkea jalostusarvo moneen muuhun maataloustuotteeseen nähden. Kotimaiset marjaviinin valmistajat käyttävät raaka-aineinaan niin viljeltyjä- kuin luonnonmarjojakin. Marjoista valmistetaan niin tilaviinejä, kuohuviinejä kuin marjaliköörejäkin, parhaimmassa tapauksessa marjojen puristejätteestä jalostetaan vielä tisleitä. Keskimääräinen jalostusarvo esimerkiksi marjakuohuviineissä on yli 2000 % ja tilanteessa, jossa viinien valmistuksen sivuvirrat tislataan marjatisleiksi jalostusarvo nousee entisestään.

- **Yhteenveto:**
- Jos kotimaiset viinit todella korvaisivat ulkomaisia, nettovaikutus voisi olla positiivinen. Kotimaisen tuotannon kasvun tuomat verotulot (alkoholivero, ALV, tuloverot) ja matkailusta saatavat lisätulot voisivat tukea paikallista taloutta ilman merkittävää lisäkustannusta kansanterveydelle. Tällöin valtion kannalta taloudellinen hyöty olisi selvempi, sillä kasvavat verotulot eivät johtaisi vastaaviin lisäkustannuksiin terveydenhuollossa.
- Tämä skenaario olisi optimistinen ja toisi lisäarvoa Suomen talouteen ja aluekehitykseen tukemalla kotimaisia viinitiloja ja korvaamalla osan ulkomaisista tuotteista kotimaisilla.