

Eduskunnan talousvaliokunta

KKV:n lausunto alkoholilain muuttamista koskevasta hallituksen esityksestä (HE 131/2025 vp)

Eduskunnan talousvaliokunta on pyytänyt Kilpailu- ja kuluttajavirastolta ("KKV") lausuntoa alkoholilain muuttamista koskevasta hallituksen esityksestä. Esityksellä mahdollistettaisiin alkoholijuomien verkkokauppa ja kotiin-kuljetukset Suomessa toimiville alkoholien vähittäismyyjille sekä selkiytettäisiin alkoholijuomien rajat ylittävää etämyyntiä koskevaa sääntelyä. Lisäksi esityksessä ehdotetaan poistettavaksi suomalaisten toimijoiden toiseen Euroopan talousalueen valtioon suuntautuvan ja siellä olevalle yleisölle kohdistetun alkoholijuomien markkinoinnin rajoitukset. KKV kiittää mahdollisuudesta lausua ja toteaa lausuntonaan seuraavaa:

Etämyyntisääntelyn selkiyttäminen ja alkoholijuomien toimitusten salliminen

Hallituksen esityksen mukaan alkoholijuomien rajat ylittävää etämyyntiä koskeva oikeustila on tällä hetkellä epäselvä. Esityksellä oikeustila selkeytettäisiin siten, että jatkossa suomalaisilla olisi oikeus ostaa etämyyntimenettelyn kautta alkoholia ulkomaisilta toimijoilta. Etämyynnissä voisi ostaa enintään 80 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältäviä alkoholijuomia. Etämyynnin lisäksi laissa mahdollistettaisiin alkoholijuomien toimitus kotimaan vähittäismyynnistä ja Alkosta asiakkaalle. Kotimaisten toimijoiden osalta toimitettavien alkoholijuomien prosenttirajat olisivat samat kuin myymälässä myydyissä tuotteissa, eli Alko voisi toimittaa asiakkaalle enintään 80 prosenttia alkoholia sisältäviä tuotteita ja vähittäismyyntiluvalliset toimijat käymisteitse valmistettuja enintään 8,0 prosenttia ja muulla tavoin valmistettuja enintään 5,5 prosenttia alkoholia sisältäviä juomia.

KKV pitää myönteisenä, että rajat ylittävää etämyyntiä koskevaa sääntelyä selkeytetään ja että muutokset tehtäisiin samassa yhteydessä kotimaisten toimijoiden alkoholien verkkokauppaa ja kotiinkuljetuksia koskevien lakimuutosten kanssa. Näin lakiesitys käsittelee alkoholien verkkokauppaa kokonaisuutena ja sen pohjalta on mahdollisuus saada käsitys siitä, millaisia oikeuksia ja velvoitteita kotimaisiin ja ulkomaisiin alkoholimyyjiin kohdistuu.

KKV pitää kuitenkin valittua sääntelyratkaisua, jossa ulkomaisten toimijoiden on mahdollista myydä ja toimittaa laajempaa alkoholijuomien valikoimaa kuin kotimaisten vähittäismyyntiluvallisten toimijoiden, toimivan kilpailun näkökulmasta ongelmallisena. Ehdotettu sääntely kohtelisi toimijoita epätasapuolisesti sijoittumisvaltion perusteella. Lisäksi ehdotettu sääntely tarkoittaisi KKV:n käsityksen mukaan sitä, että kotimaiset, vain verkossa toimivat alkoholijuomien myyntiin erikoistuneet verkkokaupat eivät olisi mahdollisia, sillä vähittäismyyntilupa edellyttää alkoholilain (1102/2017) 17 §:n mukaan vähittäismyyntipaikkaa, jossa tulee olla monipuolinen valikoima päivittäin tarvittavia elintarvikkeita, eikä alkoholijuomien myynnin osuus elinkeinotoiminnassa saa olla selvästi muiden elintarvikkeiden myynnin osuutta suurempi. Ulkomaiset alkoholien myyntiin erikoistuneet verkkokaupat voisivat kuitenkin tarjota

palvelujaan suomalaisille kuluttajille. Tästäkin näkökulmasta esitys syrjii suomalaisia toimijoita. KKV pitää mahdollisena, että esitetty sääntely johtaa siihen, että kotimaiset toimijat perustavat alkoholin verkkokauppoja ulkomaille.

Esitykseen sisältyy kuitenkin myös toimivan kilpailun näkökulmasta myönteisiä elementtejä. Hallituksen esityksen mukaan vain murto-osasta ulkomaisissa verkkokaupoissa myydyistä ja ostetuista alkoholijuomista maksetaan alkoholivero Suomeen siten kuin lain mukaan kuuluisi. Siten alkoholia on voinut ostaa ulkomailta halvemmalla kuin kotimaisilta toimijoilta, mikä on vääristänyt kilpailuasetelmaa ulkomaisten toimijoiden hyväksi. Etämyynnin oikeustilan selkiyttäminen ja siihen liittyvien verojen maksun valvonnan helpottaminen tulevat todennäköisesti lisäämään verojen maksua ulkomailta tilatusta alkoholista, ja siten esitys tasapuolistaa kilpailuasetelmaa kotimaisten ja ulkomaisten toimijoiden välillä.

Alkoholijuomien verkkokaupan ja kotiinkuljetusten sallimisen osalta KKV toteaa, että esitykseen liittyy sekä mahdollisia hyötyjä että haittoja. Verkkokauppaan ja kotiinkuljetuksiin liittyy yleisesti ottaen useita mahdollisia hyötyjä kuluttajille, kuten tuotteiden helpompi vertailtavuus, laajempi saavutettavissa oleva valikoima ja yritysten välisen kilpailun lisääntyminen. Kotiinkuljetukset myös vähentävät kuluttajien tarvetta matkustaa kauppaan ja kantaa raskaita ostoksia, jolloin uudistus voi hyödyttää sellaisia kuluttajaryhmiä, joille liikkuminen ja raskaiden esineiden kantaminen on hankalaa. Toisaalta verkkokaupasta tilaaminen on nopeaa ja vaivatonta, minkä vuoksi se on omissaan lisäämään alkoholin kulutusta. Kotiinkuljetukset voivat esimerkiksi helpottaa humalajuomisen jatkamista tilanteissa, jossa lisäalkoholin hankkiminen ei olisi muutoin päihtymyksen vuoksi mahdollista. Kotiinkuljetuksissa sen valvonta, ettei alkoholijuomia luovuteta alaikäisille tai vahvasti päihtyneille, on myös todennäköisesti hankalampaa kuin fyysisissä myymälöissä.

Suomalaiset kuluttajat ovat viime vuosina hankkineet merkittäviä määriä alkoholia kotiin kuljetettuna ulkomaisista verkkokaupoista, mutta niiden osuus suomalaisten alkoholin kokonaiskulutuksesta on vain noin kaksi prosenttia.¹ Alkoholin verkko-ostojen merkitys Suomen alkoholimarkkinan ja suomalaisten alkoholikulutuksen kannalta on siten ollut tähän mennessä rajallinen. Oikeustilan selkiyttäminen ja kotiinkuljetusten mahdollistaminen kotimaisille toimijoille voivat kuitenkin lisätä verkko-ostamisen suosiota tulevaisuudessa. Siten esityksellä voi olla tulevaisuudessa suurempi merkitys alkoholimarkkinan kilpailun toimivuuden kannalta kuin ilmiön nykyisestä laajuudesta voisi päätellä. Jos esitys lisää alkoholin verkkokaupan suosiota merkittävästi, sillä on väistämättä vaikutuksia myös Alkon asemaan ja alkoholista aiheutuviin

¹ Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen tilastojen mukaan alkoholijuomia ostettiin ulkomaisista verkkokaupoista 9,0 miljoonaa litraa vuonna 2024. Sataprosenttisena alkoholina mitattuna alkoholia ostettiin verkosta 0,8 miljoonaa litraa. Alkoholijuomien kokonaiskulutus sataprosenttisena alkoholina mitattuna oli noin 39,9 miljoonaa litraa vuonna 2024. THL:n tilastoraportti 17/2025 (<https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2025032822022>) ja Sotkanet / Alkoholijuomien kokonaiskulutus 100 %:n alkoholina, 1 000 litraa (ind. 3778) (<https://sotkanet.fi/sotkanet/fi/taulukko/?indicator=s44wAgA=®ion=s07MBAA=&year=sy5ztTbS0zUEAA==&gender=t&abs=f&color=f&buildVersion=3.1.5&buildTimestamp=202505220800>).

15.10.2025

haittoihin yksilöille ja yhteiskunnalle. KKV katsoo, että alkoholin verkko-ostojen suosion kehitystä ja uuden sääntelyn vaikutuksia on syytä seurata tarkasti.

Alkoholijuomien mainonnan rajoitusten poistaminen

Hallituksen esityksen mukaan alkoholijuomien markkinointia koskevia säännöksiä muutettaisiin siten, että jatkossa väkevien alkoholijuomien verkko-markkinointi olisi sallittua. Suomeen sijoittautuneiden toimijoiden olisi siten mahdollista harjoittaa toisiin Euroopan talousalueen maihin kohdistuvaa väkevien alkoholijuomien verkkomarkkinointia. Muutoksella pyritään parantamaan Suomeen sijoittautuneiden alkoholielinkeinon toimijoiden kilpailukykyä ja vientimahdollisuuksia Euroopan unionin sisämarkkinoilla. Hallituksen esitykseen ei sisälly kieltoa verkossa tapahtuvaan mietojen ja väkevien alkoholijuomien vaikuttajamarkkinointiin. Alkoholijuomien vaikuttajamarkkinoinnin kiello oli mukana vielä lausuntokierroksella olleessa hallituksen esitysluonnoksessa.

KKV suhtautuu alkoholin verkkomarkkinoinnin rajoitusten poistamiseen varauksellisesti. Esitys todennäköisesti lisäisi merkittävästi väkevien alkoholijuomien markkinointia sellaisissa ympäristöissä, jossa se tavoittaa helposti esimerkiksi lapsia ja nuoria sekä muita heikommassa asemassa olevia ihmisryhmiä. Hallituksen esityksessä kuvatun tutkimusnäytön valossa voidaan pitää todennäköisenä, että alkoholimainonnan lisääntyminen lisäisi alkoholista yksilöille ja yhteiskunnalle aiheutuvia haittoja. Hallituksen esitysluonnoksen lausuntokierroksella KKV piti hyvänä esitystä siitä, että alkoholijuomien vaikuttajamarkkinointi olisi kiellettyä, sillä sosiaalisessa mediassa vaikuttajamarkkinointi tavoittaa helposti alaikäisiä ja vaikuttajamarkkinoinnin sisältöjä on vaikea valvoa. KKV:n valvontahavaintojen perusteella sosiaalisen mediassa tapahtuva markkinointi voi olla usein puutteellista markkinoinnin tunnistettavuuden ja muiden perusasioiden osalta.² Verkkomarkkinointirajoitusten poistamiseen liittyy siten ilmeisiä riskejä alkoholihaittojen lisääntymisestä.

KKV kuitenkin toteaa, että nykyinen alkoholijuomien verkkomarkkinoinnin sääntely kohtelee epätasapuolisesti kotimaisia ja ulkomaisia toimijoita. Siten esityksellä voidaan katsoa olevan kotimaisten ja ulkomaisten toimijoiden välistä kilpailuasetelmaa tasapuolistava vaikutus.

Joel Karjalainen
Johtava asiantuntija

² Vrt. esim. kuluttaja-asiamiehen 19.10.2021 ratkaisu ulkomaisten rahapelien markkinoinnista (dnro KKV/704/14.08.01.05/2019). Saatavilla osoitteessa <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/ulkomaisten-rahapelien-markkinointi/>.