

Eduskunnan sosiaali- ja terveysvaliokunta

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

Eduskunnan sosiaali- ja terveysvaliokunta on pyytänyt Kilpailu- ja kuluttajavirastolta ("KKV") lausuntoa alkoholilain muuttamista koskevasta hallituksen esityksestä. Esityksellä mahdollistettaisiin alkoholijuomien verkkokauppa ja kotiinkuljetukset 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 vähittäismyyntistä 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 lakimuu-
tosten 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

14.11.2025

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 alkoholin 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 lisääalkoholin hankkiminen ei olisi muutoin päihtymyksen vuoksi mahdollista. Kotiinkuljetuksissa sen valvonta, ettei alkoholijuomia luovuteta alaikäisille tai vahvasti päihtyneille, on myös todennäköisesti hankalampaa kuin fyysisissä myymälöissä.

Etämyynnin oikeustilan selkiyttäminen ja kotiinkuljetusten mahdollistaminen kotimaisille toimijoille voivat lisätä alkoholin 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 haittoihin yksilöille ja yhteiskunnalle. KKV katsookin, että alkoholin verkko-ostojen suosion kehitystä ja uuden sääntelyn vaikutuksia on syytä seurata tarkasti.

Esityksen vaikutusten tulevaa arviointia vaikeuttaa kuitenkin merkittävästi se, ettei suomalaisten ulkomaisista verkkokaupoista hankkiman alkoholin määrää ja määrän viime vuosien kehityksestä ole olemassa tarkkaa tietoa. Vuonna 2024 verkko-ostojen osuuden suomalaisten alkoholin

kokonaiskulutuksesta arvioitiin olleen vain noin kaksi prosenttia.¹ Vuoden 2025 alustavien tietojen perusteella alkoholin verkko-ostojen osuus suomalaisten alkoholin kokonaiskulutuksesta olisi kuitenkin peräti 11 prosenttia.² Tämä merkittävä muutos selittynee vähintäänkin osin mittaustavan muutoksella.³ Arvio alkoholin verkko-ostojen määrästä perustuu vain muutaman kymmenen henkilön vastauksiin kuukaudessa, joten arvioon liittyy suurta epävarmuutta. Jotta etämyynnin määrän kehityksestä ja siihen liittyvien alkoholilain muutosten vaikutuksista voisi tulevaisuudessa saada luotettavaa tietoa, olisi verkko-ostojen määrän mittaamiseen syytä kehittää täydentäviä mittareita.

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 kuvatus tutkimusnäytön valossa voidaan pitää todennäköisenä, että alkoholimainonnan lisääntyminen lisäisi alkoholista yksilöille ja yhteiskunnalle aiheutuvia haittoja. Hallituksen esitysluonnoksen

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>).

² Verian Oy:n kyselytutkimustietojen perusteella alkoholijuomia ostettiin ulkomaisista verkkokaupoista sataprosenttisena alkoholina mitattuna 3,5 miljoonaa litraa vuoden 2025 tammi-elokuussa. Matkustajatuonnin osalta vastaava luku oli 6,9 miljoonaa litraa. Valviran alkoholitilastojen perusteella alkoholijuomien kotimainen myynti sataprosenttisena alkoholina mitattuna oli noin 21,7 miljoonaa litraa vuoden 2025 tammi-elokuussa. Nämä tiedot yhdistämällä vuoden 2025 tammi-elokuun suomalaisten alkoholin kokonaiskulutukseksi saadaan noin 32,2 miljoonaa litraa 100-prosenttista alkoholia, josta 3,5 miljoonan litran verkko-ostot ovat noin 11 prosenttia. Valviran alkoholitilastot ovat saatavilla osoitteessa <https://valvira.fi/alkoholi/tilastot>.

³ Verian Oy selvitti aiemmin alkoholin verkko-ostoja puhelinhaastatteluilla, mutta on vuonna 2025 siirtynyt käyttämään internetissä toteutettavaa kyselyä.

14.11.2025

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.⁴ 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

⁴ 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/>.